ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

PLATAFORMA DIGITAL DE TURISMO VIVENCIAL PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL DE LOS LUGAREÑOS EN RELACIÓN CON LOS TURISTAS QUE VISITAN EL DISTRITO DE PARACAS EN EL AÑO 2024

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:
ALESSANDRA SOFIA EXALTACIÓN CENTURIÓN
(0009-0004-8142-9091)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Diseño y Gestión de Moda

AUTOR:
ALEJANDRA DANIELA ROJAS SÁNCHEZ
(0009-0008-5199-9287)

Asesor

JONATAN FREDDY SAYÁN CHUMBIRIZO

(0000-0002-3436-5249)

Lima-Perú

2024

PAPER NAME

Informe - Proyecto de Bachiller - Turnitin 2.pdf

AUTHOR

-

WORD COUNT

7362 Words

CHARACTER COUNT

43413 Characters

PAGE COUNT

37 Pages

FILE SIZE

745.0KB

SUBMISSION DATE

Jan 24, 2024 10:26 PM GMT-5

REPORT DATE

Jan 24, 2024 10:26 PM GMT-5

11% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 10% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Resumen

El planteamiento del presente estudio tiene como objetivo principal implementar una plataforma digital de turismo vivencial para visibilizar la información y oferta del operador turístico que se adapte a las necesidades de los lugareños de Paracas y turistas que visitan el distrito.

La metodología empleada fue la guía Toulouse Thinking, la cual propone resolver desafíos en base a los factores de viabilidad e innovación plasmados en una serie de plantillas desarrolladas como: el Mapa de Actores, donde se distribuyó la información por categorías; el Lienzo Tema Problema Reto, que ayudó a priorizar los elementos de la investigación; la Propuesta de Valor, la cual validó el servicio en dirección al mercado seleccionado; el Diagrama de Flujo, reveló el proceso a seguir para aterrizar las ideas de solución; y el Canvas de Modelo de Negocio, el cual se encargó de analizar los aspectos del proyecto.

Los primeros beneficiarios son los turistas nacionales y extranjeros que se encuentren en un rango de 18 a 70 años, quienes buscan invertir en experiencias vivenciales. Agregando a lo anterior, los segundos beneficiarios son los emprendedores del distrito de Paracas que se encuentren en un rango de 28 a 60 años, ellos buscan tener un ingreso extra proveniente de su mismo trabajo.

Al culminar el proyecto, se logró cumplir de manera exitosa el reto de innovación. La propuesta fue validada mediante una encuesta cualificada, comentarios en las publicaciones y reseñas del producto mínimo viable, recibiendo así retroalimentación de ambas partes beneficiadas. “Eco Oasis” es aceptada debido a que está creada desde el punto de vista de los usuarios para generar confianza y reducir las preocupaciones que surgen ante sus pesares.

Palabras clave: *turistas, vivencial, sostenibilidad, aplicativo, página web.*

TABLA DE CONTENIDO

Resumen 2

1. Contextualización del problema 7

2. Justificación 8

2.1. Justificación Social 8

2.2. Justificación Práctica 9

2.3. Justificación Metodológica 10

3. Reto de Innovación 11

3.1. Pregunta General 11

3.1.1. Preguntas Específicas 11

3.2. Objetivo General 11

3.2.1. Objetivos Específicos 12

4. Sustento teórico 12

4.1. Estudios previos 12

4.2. Marco teórico 16

4.2.1. Creación de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” para la visibilidad y geolocalización de los usuarios 16

4.2.2. Características de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” 16

4.2.3. Funcionamiento de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” 17

4.2.4. Apartados de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” 18

4.2.5. Recolección de información del operador turístico 18

4.2.6. Foro de turistas 19

4.2.7. Medios publicitarios 19

4.2.8. Publicidad virtual 19

4.2.9. Publicidad física 20

5. Beneficiarios 21

5.1. Turistas 21

5.2. Emprendedores locales 22

6. Propuesta de valor 23

6.1. Propuesta de valor 23

6.2. Segmento de clientes 23

6.3. Canales 23

6.4. Relación con los clientes 24

6.5. Actividades clave 24

6.6. Recursos clave 25

6.7. Aliados clave 25

6.8. Fuentes de ingreso 25

6.9. Presupuesto 26

7. Resultados 28

8. Conclusiones 29

9. Bibliografía 31

10. Anexos 34

10.1. Interfaz de aplicativo para turistas 34

10.2. Interfaz de aplicativo para emprendedores locales 36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Presupuesto inicial para desarrollar la plataforma digital "Eco Oasis"* ……26

Tabla 2. *Presupuesto mensual para desarrollar la plataforma digital "Eco Oasis"* ……..…27

1. Contextualización del problema

Durante las últimas décadas, el turismo ha experimentado un crecimiento constante e importancia notable en los sectores públicos de la sociedad, además es considerado como una de las actividades económicas más grandes a nivel mundial. En la actualidad, el turismo está recibiendo mayor importancia por ser fuente de empleo, ingresos directos y ganancias para los países en desarrollo. Al igual que en otras partes del mundo, el turismo ha permitido que varios pueblos del Perú sean favorecidos con la generación de trabajo local, como lo indica El Peruano (2023).

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023) sostiene que el turismo vivencial, también llamado turismo comunitario, se define como toda función que sucede en un entorno rural con la finalidad de promover el turismo desde las pequeñas comunidades. Por ello, esta es la modalidad que mejor se adapta a la ciudad ubicada al sur de Lima, debido a sus características territoriales, sostenibles e interculturales.

En el departamento de Ica, en la provincia de Pisco, Paracas es un atractivo turístico que está ganando visibilidad por su amplia riqueza natural al ser reconocida como una de las zonas de avistamiento de flora y fauna con mayor biodiversidad de Sudamérica, según lo manifiesta la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2023).

Rosas, J. (2023), fundador del operador turístico Grupo Paracas y vicepresidente de la Cámara de Turismo y Comercio Exterior de Paracas confirma que dicha ciudad es el segundo destino turístico más visitado en el país con un total de 239.007 asistencias, entre turistas nacionales y extranjeros. De la misma manera, cabe resaltar que dos tercios de su población dependen directamente del mismo.

Por consiguiente, se concluye que en el distrito de Paracas existe una escasez de actividades vivenciales para ofrecer. No obstante, al ejecutarse un plan de acción, el lugar obtendría identidad proveniente del turismo sostenible, lo que podría ocasionar un mayor

progreso en la comunidad, teniendo en cuenta que es la principal fuente de ingreso económico para las familias locales.

En base a lo expuesto se tiene la preocupación de mostrar a partir de la carrera de Diseño y Gestión de Moda conversatorios dirigidos a los artesanos locales, en el que se les pueda brindar una mejor orientación respecto a los insumos, materias primas, técnicas sostenibles que podrían utilizar durante la creación de piezas manuales. Asimismo, de acuerdo con la carrera de Arquitectura de Interiores se planifica la supervisión previa de los materiales que hayan sido usados para la construcción de los hoteles, en paralelo a la categorización de cada uno de ellos a fin de que posteriormente formen parte de la sociedad cooperativa.

2. Justificación

La presente tesis se enfoca en resolver la problemática que existe ante la falta de actividades de turismo vivencial y desarrollo sostenible para las personas que visitan Paracas en mutuo beneficio de los emprendedores del distrito. Por tal motivo, se busca desarrollar una plataforma digital que ofrezca experiencias vivenciales al turista nacional y extranjero a través de una propuesta integral de viajes significativos con la participación de las comunidades del lugar.

2.1. Justificación Social

Los viajeros y ciudadanos al descubrir una alternativa transparente que mejore la calidad de vida de las personas trabajadoras están en una disyuntiva por elegir el camino; son varios los beneficios posibles de obtener, según el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (2022), una plataforma digital reconocida por ofrecer viajes para gestionar una adecuada conservación del patrimonio, además de reactivar el sector económico, social, ambiental y cultural.

Se determinó con relevancia dirigir el estudio a los turistas que visitan Paracas, ya que Jáuregui, E. (2022) indica que, dada la campaña de promoción internacional en la región, el distrito espera acoger 3 millones de turistas extranjeros para el 2030. Posteriormente la información fue respaldada por el INEI (2021), donde se alcanzó a evidenciar que la economía de Ica creció un 17.6%, superior a lo registrado a nivel nacional.

En esa misma línea, se encauzará el ensayo a los trabajadores de Paracas pues la Encuesta Nacional de Hogares (2021) refleja que el 49.8% del personal empleado en las micro y pequeñas empresas del Perú son mujeres que tienen un promedio de 31 años. Agregando a lo anterior, la municipalidad de Ica hizo al menos un tipo de acción para incentivar el comercio de las MYPES en su territorio en un 39.5% conforme al Registro Nacional de Municipalidades (2022) y acorde con Burns, M. (2023), viceministra de Turismo, el Mincetur viene operando junto a un equipo de autoridades del gobierno con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico en la región.

El grupo de emprendedores aprovechará el flujo del turismo para recibir otros ingresos en sus ganancias. Con la intención de que esto suceda, se trabajará con ellos para que tengan una excelente capacitación y adquieran los conocimientos necesarios para comercializar sus emprendimientos satisfactoriamente.

2.2.Justificación Práctica

Se busca desarrollar una plataforma digital que cuente con una serie de servicios incluidos desde hoteles y tours hasta actividades vinculadas con el comercio del lugar y sostenibilidad. Del mismo modo, contará con una interfaz sencilla e intuitiva donde el usuario armará su experiencia de viaje auténtica según la disponibilidad de fechas, alojamientos ecológicos, paquetes exclusivos, actividades en áreas verdes. Adicionalmente, se caracterizará

por ser un espacio en el que los miembros de la comunidad compartan su propio contenido y expresen sus comentarios o reseñas.

En consecuencia, tendrá el propósito de conectar a los viajeros con el medio ambiente mediante practicas vivenciales guiadas por los lugareños promoviendo la cultura del distrito por intermedio de los diversos canales digitales, lo que consentirá mejorar la oferta turística del destino y generar puestos de trabajo a los pobladores locales.

2.3.Justificación Metodológica

La metodología empleada es la guía Toulouse Thinking, la cual permite abordar nuevos retos a partir de un proceso iterativo con el fin de lograr resultados innovadores. A su vez, se encuentra constituida por una serie de etapas que incluyen herramientas necesarias para resolver un problema y diseñar una solución.

Una de las herramientas implementadas fue el “Mapa mental” para distribuir de manera gráfica la información por categorías y establecer hallazgos relevantes. También el lienzo “Tema, Problema, Reto” ayudó a priorizar los elementos relevantes de la averiguación. Igualmente, la “Propuesta de valor” permitió identificar la validación del servicio en dirección al mercado seleccionado. En ese sentido, el “Diagrama de flujo” expresó de forma clara y secuencial el proceso a seguir para aterrizar las ideas de solución. Por último, se llevó a cabo el “Canvas de Modelo de Negocio” como una herramienta de gestión estratégica para analizar los aspectos del proyecto de una manera dinámica y visual en una plantilla.

3. Reto de Innovación

Elaboración de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” para fomentar el emprendimiento social de los lugareños de Paracas en relación con los turistas que visitan el distrito en el año 2024.

3.1.Pregunta General

¿Cómo podríamos visibilizar la información y oferta del operador turístico vivencial para que se adapten a las necesidades de los lugareños de Paracas y turistas que visitan el distrito?

3.1.1. Preguntas Específicas

P1: ¿Cuáles son los requerimientos para la elaboración de la plataforma digital “Eco Oasis”?

P2: ¿Qué medios y recursos se emplearán para el desarrollo de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”?

P3: ¿De qué manera generará impacto la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”?

3.2.Objetivo General

Implementar una plataforma digital de turismo vivencial para visibilizar la información y oferta del operador turístico que se adapte a las necesidades de los lugareños de Paracas y turistas que visitan el distrito.

3.2.1. Objetivos Específicos

O1: Identificar los requerimientos para la elaboración de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”.

O2: Definir los medios y recursos adecuados que se emplearán en la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”.

O3: Validar el impacto que traería la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” en el distrito de Paracas.

4. Sustento teórico

4.1.Estudios previos

Durand, V., Catunta, C., y Sánchez, D. (2019). *Plan de negocios en turismo rural comunitario para la comunidad de Viacha en la región de Cusco.* Tesis para optar por el grado de Maestro en Administración. Universidad ESAN. Lima, Perú. Consiste en la creación de negocios inclusivos que potencie las actividades turísticas de la capital histórica del Perú, cuya cadena de valor favorezca a las comunidades más desatendidas de la zona con la finalidad de que las empresas de turismo rural comunitario puedan aprovecharlo como modelo de negocio. Los resultados de la investigación concluyen en el análisis del estado del estudio que durante el año 2020 al 2024 el desempeño de la propuesta y las utilidades al cierre de cada periodo serán alentadoras. Habiendo trascurrido los cinco años se recuperará el capital de trabajo y que al simultaneo este subirá al igual que los gastos de ventas. Las conclusiones afirman que el turismo interno es una gran oportunidad para la comunidad porque hay un aumento en la demanda, incluso el interés en el mercado receptivo por este ejemplo de turismo es alto, por lo que la diferenciación frente a la competencia es fundamental para ganar el reconocimiento de los usuarios. La utilidad de la tesis es comprender a realizar un plan estratégico de marketing con la determinación de impulsar el turismo vivencial. De hecho, la diferencia que

presenta con relación al informe en curso es el plan estratégico de mercadotécnica experiencial que dicha investigación sugiere aplicar en Viacha, mientras que nuestro proyecto busca sumar la digitalización en el proceso.

Curasma, G., y Huamani, W. (2021). *Potencialidades del turismo vivencial de la comunidad de Huachocolpa, Huancavelica.* Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Educación: Ciencias Sociales y Desarrollo Rural. Universidad Nacional de Huancavelica. Huancavelica, Perú. Consiste en demostrar la capacidad de turismo vivencial que se oferta en Huachocolpa, además de evaluar los atractivos turísticos que proporciona la comunidad para contribuir al desarrollo del bienestar económico y social del pueblo. Los resultados de la investigación concluyen que el turismo vivencial evidenciado allí es atractivo en un 76%, poco atractivo en un 22%, muy atractivo solo en un 2%. Las conclusiones señalan que, sí existe un alto potencial para el turismo vivencial dentro de la localidad, el cual es posible observar gracias al estudio de datos. De igual modo, entre sus derivados predominan el rubro artesanal, agropecuario, gastronómico y costumbrista. La utilidad de la tesis es adoptar la necesidad de conocer el público objetivo que acude al distrito cotidianamente, aparte de ello servirá de ayuda para desarrollar una estadística de lo recopilado donde se interprete la clase de turismo vivencial que se esté ejecutando en el momento. Por añadidura, la diferencia que presenta con relación al informe en curso es el registro de los sectores idóneos para esta categoría de turismo y a la par identifica una solución con miras a levantar el ítem más bajo conseguido, mientras que nuestro proyecto se inclinará por la interacción física y virtual entre los turistas y emprendedores considerando el mismo fin inmersivo.

Liza, S. (2022). *Modelo estratégico territorial para fomentar el desarrollo sostenible del turismo vivencial en el distrito de Ferreñafe.* Tesis para optar por el grado académico de: Doctora en gestión pública y gobernabilidad. Universidad César Vallejo. Chiclayo, Perú. Consiste en exponer un mecanismo complejo a fin de suscitar el turismo vivencial situado en la provincia del norte, logrando revisar el estado del análisis sistemático iniciado por los gestores del turismo en el complejo arquitectónico. Los resultados de la investigación concluyen que Incahuasi tiene una exhaustiva aptitud turística que merece algún tipo de promoción, aun así, es claro que, por desgracia, no hay una inversión puntualmente evocada en tal sector. Las conclusiones declaran que, es conveniente notificarle al municipio de Incahuasi la difusión de los recursos turísticos; incentivando la cultura de inversión y capacidad colaborativa entre las entidades y la población residentes. La utilidad de la tesis es generar un modelo planificado de gestión en el que se invite a la inversión privada, siempre y cuando el proceso sea apropiado. En tal caso, la diferencia que presenta con relación al informe en curso es el modelo estratégico territorial, mientras que nuestro proyecto busca el beneficio de ambos destinatarios, turistas y emprendedores bajo la categoría de turismo vivencial.

Casas, A., y Macavilca, D. (2021). *Centro de apoyo para el desarrollo del ecoturismo en Paracas.* Para obtener el Título Profesional de Arquitecta. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Lima, Perú. Consiste en la urgencia de un establecimiento que active los servicios turísticos, supere las expectativas del cliente y a su vez inculque el desarrollo de actividades que impliquen el ecoturismo. Propone la programación arquitectónica de un centro de apoyo para la preservación del sitio. Los resultados de la investigación concluyen que es oportuno designar una fundación que origine el desarrollo de esta alternativa de turismo en la Reserva Nacional de Paracas. Las conclusiones declaran que, un centro de apoyo aportará a la preservación de las riquezas naturales y concientizará a los demás sobre el daño que infringe

en los ecosistemas desde la perspectiva sostenible con la iniciativa de proveer servicios óptimos para las actividades ecológicas. La utilidad de la tesis es el énfasis en la preservación y concientización del distrito. De hecho, la diferencia que presenta con relación al informe en curso es el diseño a nivel de anteproyecto del centro de apoyo como también la elección de los materiales y los planos, mientras que nuestro proyecto instaura un puente digital entre los turistas que deseen conectar las actividades vivenciales con los emprendedores que proyecten rentabilizar sus actividades mediante sus productos o servicios.

Tello, L. (2020). *Diseño de un centro turístico vivencial agropecuario para las actividades del turismo vivencial, Limón, Celendín, Cajamarca.* Para obtener el título profesional de Arquitecta. Universidad Privada del Norte. Cajamarca, Perú. Consiste en que la comunidad de Limón forme parte de un centro turístico, sin embargo; ante la insuficiencia de espacios para alojar a los visitantes, la comunicad dejaría de ser distinguida turísticamente pese a contar con los recursos esenciales. Los resultados de la investigación concluyen que un proyecto vivencial debe contar con espacios definidos para deleitar al turista. Las conclusiones declaran que, las características del espacio arquitectónico incluyen el tipo de escala, organización, cerramiento y tonalidad de colores. Asimismo, estas se hallan rigurosamente conectadas con actividades de turismo vivencial como la agricultura, la gastronomía y la artesanía. La utilidad de la tesis es producir mayores ingresos económicos para las comunidades que se encuentran en extrema pobreza. De hecho, la diferencia que presenta con relación al informe en curso es el planteamiento de la infraestructura turística, mientras que nuestro proyecto procura entregar experiencia vivencial a los turistas de la mano de los trabajadores de la provincia.

4.2.Marco teórico

4.2.1. Creación de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis” para la visibilidad y geolocalización de los usuarios

Una plataforma digital es un espacio virtual en donde se almacenan programas o aplicaciones que complacen los distintos requerimientos de los usuarios. Se caracteriza por otorgar al público contenido variado y de calidad para que puedan conseguir la información que están buscando. La Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades (2023), indica que el desarrollo de las plataformas digitales ha generado impacto en los bienes y servicios de manera inusual a causa de la globalización. Además, las plataformas traerán consigo la incorporación de nuevas tecnologías permitiendo que los sitios web puedan suscitar un aplicativo que llegue a un mayor número de personas, mientras se adaptan a esta nueva era.

La plataforma digital “Eco Oasis” tendrá como función principal visibilizar y geolocalizar las rutas turísticas establecidas dentro del distrito de Paracas, haciendo uso de la localización GPS para que los usuarios descubran las opciones de actividades más cercanas a ellos y su vez puedan interactuar con la información revelada en la plataforma, incorporando los servicios de los emprendedores participantes de una manera más dinámica y uniforme. Se consideró el desarrollo de la versión web y aplicativo para dispositivos móviles a fin de tener un considerable acercamiento con los usuarios, ya que según el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (2023) el 82% de la población entre 25 a 40 años acceden a Internet a través de sus smartphones.

4.2.2. Características de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”

Una de las características más resaltantes de las plataformas digitales, según Conexión Esan (2021), es la facilidad de interpretar el sitio; de no cumplir con estos aspectos, la web y aplicativo generarían desconfianza y como consecuencia se obtendría un rechazo por parte de

los usuarios. En cuanto a los elementos que lo componen estos deberán estar estructurados correctamente, además el diseño tendrá que ser intuitivo y atractivo para transferir la consigna directamente.

Igualmente, la plataforma turística vinculada a la web y aplicación contará con una estructura visual agradable para los turistas y emprendedores locales, quienes la encontrarán versátil, moderna y fácil de usar, además el diseño irá acompañado de funcionalidades útiles. Se adaptará a todo tipo de sistemas operativos e igualmente estará disponible en otros idiomas como el inglés para el entendimiento de los visitantes extranjeros.

4.2.3. Funcionamiento de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”

Para ingresar a la aplicación y a la página web el turista deberá registrarse, seleccionar el perfil al que pertenece, colocar sus datos y una vez que haya aceptado los términos y condiciones habrá creado ya su cuenta. Luego permitirá que la app acceda a su ubicación en tiempo real en el que aparecerá un mapa con las rutas sugeridas y fotografías del lugar o sino armará la suya de acuerdo a su criterio. En el caso del emprendedor, antes de terminar con el paso a paso observará la clase de beneficios que estaría teniendo si decide unirse al proyecto.

Al tener un enfoque centralizado, Pablo Lodoño (2023) señala que la información recopilada de los usuarios se encontrará guardada en una nube de almacenamiento, evitando así los costos adicionales por el servicio.

Complementando lo antes señalado, Rootsack (2023) subraya que es fundamental proteger la integridad y confidencialidad de los usuarios, aparte de actualizar constantemente la última versión de la plataforma.

4.2.4. Apartados de la plataforma digital de turismo vivencial “Eco Oasis”

En la plataforma se hallarán 3 apartados denominados: Búsqueda, Foro, Categorías, Perfil del usuario. En el primero se encontrará el mapa con las actividades vivenciales, al igual que la descripción correspondiente de cada servicio junto con opiniones y puntaciones hechas por los usuarios. En el apartado foro, los turistas podrán iniciar conversaciones con personas afines a ellos sobre temas como la responsabilidad compartida, el liderazgo o la presencia de las comunidades. En categorías, los usuarios descubrirán un buscador tradicional con filtros, el cual resaltará los vuelos, hoteles, talleres vivenciales, movilidad, restaurantes.

Finalmente, en el perfil de usuario podrán modificar sus datos, evaluar las actividades y al culminarlas visualizar los registros de su impacto medioambiental. En resumidas palabras, Martín Durán (2023) indica que este último es el entorno personalizado creado según las preferencias de cada consumidor, por esa razón los usuarios se familiarizarán rápidamente con los sitios web, plataformas y tiendas digitales.

4.2.5. Recolección de información del operador turístico

El equipo de “Eco Oasis” recopilará los permisos y documentos pertinentes del emprendedor local y su negocio a través de un intermediario enviado para validar el proceso de ingreso del operador turístico en la plataforma. Es más, se complementará con la toma de fotografías y videos con el fin de proporcionar datos actuales y auténticos a los visitantes del distrito.

Según las cifras que obtuvo José Cantero Gómez (2022) más de un tercio de los viajeros, es decir, el 36% indican que se sentirían más cómodos visitando un destino turístico en el que nunca se habían visto si pudieran echar un vistazo anticipado usando la realidad o el turismo virtual.

4.2.6. Foro de turistas

El foro es un sitio de discusión en línea que se emplea para intercambiar ideas o debatir temas en común. Los turistas dejarán sus preguntas, opiniones, fotografías y puntuaciones entorno a cualquiera de los servicios prestados mediante un intercambio de vivencias. MONDIACULT (2023), evidencia la importancia de relacionar la cultura con el turismo para dar a conocer los valores culturales de un lugar turístico.

La propuesta no solo busca facilitar la búsqueda de operadoras turísticas, sino que este espacio es percibido como un recurso ventajoso porque permite a los clientes sentirse fortalecidos por su capacidad para comunicarse y hacerse oír.

4.2.7. Medios publicitarios

Hoy en día vivimos rodeados de publicidad en todas las formas, tamaños y lugares, al mismo tiempo esta puede crear diferentes emociones e influir directamente en la toma de decisiones y acciones de las personas. Algunos de los medios donde se puede divulgar la publicidad son la televisión, radio, internet, periódicos, revistas, entre otros.

La Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (2022), recalca que, gracias a la propaganda, los usuarios pueden obtener mucha información útil. Adicional a ello, el impacto de esta en la vida cotidiana es su capacidad para cambiar la forma en que los consumidores piensan y sienten. Entonces se debe disponer de la publicidad para manifestar la propuesta al público, ofreciendo múltiples métodos de consumo y utilizando diferentes canales de comunicación.

4.2.8. Publicidad virtual

La publicidad virtual es una de las estrategias más empleadas debido a que establecen herramientas de medición que contribuyen a determinar su eficiencia, sea a través de los me

gusta o reacciones a las publicaciones en las redes sociales. Al estar disponible en internet logrará ser contemplada por cualquier usuario en todo el mundo de manera ininterrumpida.

Yulima Hernández (2022), advierte que la publicidad digital está conformada por métodos como la optimización de motores de búsqueda, anuncios de pago por clic, anuncios de banners, marketing en redes sociales y marketing de influencers. Sin embargo, el proyecto utilizará canales de comunicación digitales como: Instagram y Facebook para difundir la creación, funcionamiento y promoción de la aplicación "Eco Oasis". Los videos promocionados por Reels y Stories crearán un algoritmo que automáticamente dicte cuáles serán las publicaciones relacionadas al tema que se mostraran en el feed de los usuarios.

4.2.9. Publicidad física

Por lo general la publicidad más usada es la física y la forma en que se presenta puede variar de tamaño. A su vez tiene un porcentaje de impacto elevado, pero sobre todo sirve para conectar con cada segmento del público objetivo mediante sus respuestas emocionales. En virtud de ello, El Progreso (2020), señala que una gran parte de la población sigue de cerca los formatos publicitarios tradicionales, a diferencia de los otros métodos que han sido sustituidos por las alternativas digitales.

Es preciso mencionar que esta sigue en tendencia por su adaptabilidad en diversas estrategias dentro del mercado, aunque también es importante no dejar de lado la integración con el medio digital. Con esa finalidad, ‘‘Eco Oasis’’ realizará campañas, capacitaciones y entregará folletos con elementos visuales para que los emprendedores locales sean los primeros en enterarse de la plataforma y aplicativo por medio de un QR que podrá ser escaneado desde la cámara de sus teléfonos, tal cual lo dice Raquel Holgado (2021), el código Quick Response es, como bien dice su nombre, un “código de respuesta rápida” al que se le considera la evolución del tan conocido código de barras.

5. Beneficiarios

5.1.Turistas

La creación de la plataforma digital Eco Oasis beneficiará a los turistas nacionales y extranjeros que se encuentren en un rango de 18 a 70 años, que tengan un nivel socioeconómico medio a alto y que busquen invertir en experiencias vivenciales. Son jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, muchos de ellos quienes son ecologistas ven el actual dilema como una posibilidad para dejar un mensaje positivo en las futuras generaciones. Suelen hacer actividades al aire libre, disfrutan del contacto con los ecosistemas y al mismo tiempo quiere proteger el entorno. Debido al descuido constante y la escasez de un movimiento colectivo, vive en conflicto por los factores externos determinantes que perjudican el ambiente.

La solución les permitirá que visualicen la información necesaria sobre una operadora de turismo que los ayuden con la asesoría de viajes sostenibles basado en una visión consciente. De esta manera elegirán el tipo de ruta que se adapte a sus gustos; dos de estas serán sugeridas, mientras que la tercera podrán personalizarla. Sumado a ello, habrá una serie de recomendaciones y servicios extras. Además, existirá un apartado al estilo de una red social, en el cual observaran comentarios, fotos y calificaciones de Paracas para que los turistas puedan compartir sus consejos entre ellos pues se generará un foro de conversación.

Se estima que 6 de cada 10 turistas que asisten al distrito de Paracas dentro del rango de edad señalado con anterioridad se beneficiarán con la implementación de la plataforma digital, debido a que se encuentran en la búsqueda de programas de viajes con propósito donde se promuevan las prácticas ecológicas ante la filosofía del amor por la naturaleza y al desarrollo comunitario.

5.2.Emprendedores locales

La creación de la plataforma digital Eco Oasis beneficiará a los pobladores del distrito de Paracas que se encuentren en un rango de 28 a 60 años, que tengan un nivel socioeconómico medio a bajo y que busquen un ingreso promedio proveniente de su trabajo. Son guías turísticos, artesanos, cocineros, vendedores y comerciantes, muchos de ellos quienes son emprendedores perciben el predicamento como una posibilidad de reconocer el comercio justo. Suelen tener una familia numerosa, laburan todos los días y en múltiples horarios. Debido a las malas prácticas, inestabilidad política, situación fortuita del país, viven en conflicto por las variables que perjudican y dificultan su negocio.

La solución permitirá que los clientes visualicen la información necesaria sobre los productos o servicios que los comerciantes ofertan con la intención de apoyar el emprendimiento social de la ciudad costera a través de una operadora de turismo. De esta manera conocerán la lista completa de los beneficios que alcanzarán. Sumado a ello, habrá una sección en donde aparecerán distintas categorías como turismo, hospedaje, movilidad e independiente, luego elegirán la opción relacionada al oficio que ejercen. Además, en la siguiente fase describirán el tipo de servicio que proporcionan por medio de un formulario, en el cual colocarán sus datos personales y la descripción completa del mismo con la aspiración de recopilar información específica.

Se estima que 7 de cada 10 emprendedores pertenecientes al distrito de Paracas dentro del rango de edad señalado con anterioridad se beneficiaran con la implementación de la plataforma digital, debido a que se encuentran en la búsqueda de una empresa turística que se esfuerce por conservar sus habilidades y talentos ancestrales.

6. Propuesta de valor

6.1.Propuesta de valor

La plataforma de turismo vivencial y responsable en sostenibilidad “Eco Oasis”, orientará a los turistas que requieran de una agencia de viajes que elabore proyectos sostenibles y sustentables, proporcionando la opción de convertir ello en una plataforma comunitaria que promueva los viajes con el deseo de formar parte del cambio.

El objetivo principal es contrarrestar los efectos negativos del turismo sin freno, poniendo a las personas por encima de los beneficios, redistribuyéndolos dentro de la comunidad que los produce.

6.2.Segmento de clientes

La plataforma digital de turismo vivencial y responsable en sostenibilidad “Eco Oasis” está dirigida hacia dos tipos de cliente. El primer perfil es el turista especializado que busque involucrarse de manera directa y participativa en prácticas eco amigables durante su estadía, por sobre todo se encuentra interesado en el emprendimiento social de la comunidad de emprendedores. El segundo perfil es el poblador local que busque el empoderamiento de la comunidad mediante la integración de los servicios de los empresarios locales.

6.3.Canales

El medio por el cual se difundirá la propuesta a los turistas será a través de un aplicativo móvil que a la par cuente con una página web informativa. Como técnica de publicidad se hará uso de las redes sociales como Instagram y Facebook para visibilizar la plataforma virtual “Eco Oasis”. Asimismo, habrá un espacio a modo de foro para que los participantes se mantengan conectados siempre.

Por otro lado, el medio por el cual se difundirá la propuesta a los pobladores locales será a través de la publicidad física como flyers. Igualmente, se dictarán charlas didácticas impartidas por un personal capacitado.

6.4.Relación con los clientes

El 61% de los turistas encuestados señalaron que prefieren el turismo vivencial, pero no hay suficientes cooperativas que arriesguen por seguir los principios de sostenibilidad. En ese sentido, “Eco Oasis” busca mejorar la calidad de vida de los habitantes y la condición de los ambientes naturales para crear una conexión directa con la propuesta de negocio. De igual modo, el 45% de los emprendedores locales señalaron una desconfianza por el aplicativo y esto se vio relacionado al temor a lo desconocido, la desconfianza frente al nuevo servicio y la falta de información. En este aspecto, “Eco Oasis” busca eliminar las inseguridades para crear confianza en la propuesta y los profesionales que trabajan allí.

Todo ello se verá reflejado en el aplicativo móvil, página web y redes sociales donde se mostrarán los resultados de las metas planteadas, además de información verificada de manera transparente por las autoridades correspondientes.

6.5.Actividades clave

La actividad clave primordial es la creación y el desarrollo del aplicativo móvil, página web y redes sociales de “Eco Oasis”, estas recopilarán información validada por un administrador de la empresa para poder evaluar a cada uno de los colaboradores que quieran formar parte del programa. Después de corroborarla se realizará la sesión fotográfica en Paracas y el marketing respectivo para el contenido en las plataformas.

6.6.Recursos clave

La tecnología es un recurso imprescindible para el correcto funcionamiento de la plataforma digital porque la elaboración del software, campaña de difusión y lanzamiento sólo será de manera virtual. Adicional a ello, poseerá un dominio y hosting que brindará todas las garantías de uso al usuario.

6.7.Aliados clave

Unos de los aliados principales para este modelo de negocio son el Municipio de Paracas y el Ministerio de Turismo. También se planea contar con el apoyo de otras instituciones y asociaciones que se encarguen de supervisar la correcta ejecución de las actividades. Como integrantes del equipo se considerarán fotógrafos y programadores, para confirmar el buen funcionamiento y profesionalismo de la plataforma digital. Sin olvidar a un socio clave para que esta propuesta sea posible, el gestor de proyecto, quién tendrá a su cargo el área financiera pues nos ayudará a mantener un equilibrio y estabilizará ciertos parámetros que deberemos cumplir para que se cumpla el proyecto.

6.8.Fuentes de ingreso

Se planificaron 5 tipos de ingresos para generar ingresos a la plataforma digital. Las rutas A, B, C, D y E representarán los diferentes tipos de servicios armados a modo de paquete turístico. Por ejemplo; la primera ruta tendrá un valor de S/.351.50 soles, la segunda S/.151.30 soles, la tercera costará S/.263.00, la cuarta valdrá S/.120 soles y la quinta tendrá un precio de S/.148 soles. El aplicativo será completamente gratuito, no cobrará suscripción alguna. Únicamente los ingresos serán recibidos por parte del trabajador o emprendedor de Paracas. En resumidas palabras, si el turista desea contratar su servicio, obtendríamos solo una comisión por venta del 10%.

6.9.Presupuesto

Tabla 1.

Presupuesto inicial para desarrollar la plataforma digital "Eco Oasis".

Categoría	Descripción	Precio
Producción	Hosting Dominio	S/. 79.20
Administrativo	Programador Mantenimiento	S/. 3,300.00
Logístico	Alquiler de espacio	S/. 1,700.00
	TOTAL	**S/. 5,079.00**

Nota: En esta tabla se puede visualizar los precios de la inversión inicial para la creación, desarrollo y presentación de la plataforma digital al público.

Tabla 2.

Presupuesto mensual para sostener la plataforma digital "Eco Oasis".

Categoría	Descripción	Precio
Producción	Fotógrafo	S/. 1,200.00
Administrativo	G-suite Diseño y edición Coordinación y gestión Seguridad web Equipo audiovisual	S/. 5,630.00
Logístico	Marketing Branding Movilidad	S/. 7,500.00
Difusión	Publicidad Papelería	S/. 1,010.00
	TOTAL	**S/. 15,340.00**

Nota: En esta tabla se puede visualizar los precios de la inversión mensual para mantener activa la plataforma y sostener el plan de negocio vigente.

7. Resultados

Se logró cumplir exitosamente el reto de innovación debido a la resolución de la problemática asociada al poco conocimiento y escasa visibilización de las operadoras turísticas en Paracas para los turistas y emprendedores locales, por intermedio de “Eco Oasis”, geolocalizarán las rutas vivenciales más próximas para que la decisión de los servicios sea confiable.

Se validó la propuesta de solución de plataforma digital mediante una encuesta cualificada, comentarios en las publicaciones y reseñas del producto mínimo viable, recibiendo así retroalimentación de ambos beneficiarios. Los turistas mencionaron varias recomendaciones para agregar en la plataforma con el fin de convertirla en una experiencia inmersiva al 100%, en cambio los emprendedores mostraron su completo respaldo hacia el proyecto, además expresaron su anhelo de compartir la aplicación con sus compañeros porque sienten que esta les será de gran ayuda para la difusión de sus negocios.

Al fin y al cabo, la aceptación de “Eco Oasis” se debe a la ejecución previa de los talleres generativos que es en realidad donde se pudo entender a fondo las necesidades de los turistas y emprendedores locales, también se profundizar sobre los aspectos importantes para reconocer un operador turístico en su totalidad y cuales eran esos pesares que surgen ante sus preocupaciones en un futuro.

8. Conclusiones

El trabajo de investigación identificó las necesidades que tienen los turistas nacionales y extranjeros, por lo que para la elaboración de “Eco Oasis”, se tuvo como requerimiento principal visibilizar la oferta existente de la operadora de turismo en el moderno mercado. La cual funcionará en el instante que el usuario active la opción de localización en su configuración. Sumado a ello, se hallará información de cada una de las rutas y las personas que impartan las actividades. Asimismo, se realizó la inclusión de los emprendedores locales como partidarios accionistas del turismo vivencial en Paracas.

De igual forma, algunos turistas expresaron sentirse solos tras haber adoptado un estilo de vida sostenible, sin posibilidades de conversar sobre temas relacionados al turismo vivencial. Por esa razón, la plataforma incluye un foro abierto donde podrán formar su grupo ecológico. Como último punto, los emprendedores señalaron su deseo de trasmitir sus dotes innatos y tradiciones familiares con los demás de la forma más directa posible.

En base a lo indicado previamente, se determinaron los medios y recursos indispensables para el desarrollo de la plataforma ya mencionada. Ante todo, se consideró el desarrollo de una aplicación móvil con su versión web para los usuarios, ya que son personas que se desenvuelven mediante la tecnología y la emplean tanto para sus labores como en su día a día. Además, está el hecho de que pueden revisar la información desde sus teléfonos particulares en el momento que prefieran. Por ende, los medios necesarios para hacer llegar la propuesta son los digitales, ya que facilita la información, sin ningún tipo de brecha, en cualquier horario y por si fuera poco les da la posibilidad de revisar la data a su ritmo.

El impacto generado por esta plataforma en la comunidad de emprendedores locales se puede probar a través de los comentarios de los turistas participantes respecto al proceso de

evaluación y selección de servicios o rutas, además de la medición de las interacciones en las redes sociales. Inclusive en la cantidad de emprendedores que hagan uso del foro de conversación e intervengan en los temas activos, así se consolidaría la utilidad de la propuesta. De manera física y estadística, el impacto también se observa reflejado en el número de turistas que opten por el uso de una operadora de turismo para el apoyo de los emprendedores del distrito, puesto que ellos al trabajar cuidan de sus familias y buscan generar nuevos ingresos para sostener a los suyos.

En conclusión, lo declarado en los anteriores párrafos afianza los beneficios y oportunidades que se obtienen con la implementación de la plataforma digital “Eco Oasis” para visibilizar la información y oferta del operador turístico vivencial para que se adapten a las necesidades de los lugareños de Paracas y turistas que visitan el distrito.

9. Bibliografía

Cantero. J. (13 de Junio de 2022). *Turismo virtual: 5 plataformas para la comercialización de tours virtuales.*

https://n9.cl/lhgmiq

Casas, A., y Macavilca, D. (2021). *Centro de apoyo para el desarrollo del ecoturismo en Paracas*

https://n9.cl/gwjyg

COMEX PERÚ. (2021). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú.*

https://n9.cl/iy56b

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (03 de Mayo de 2023). *Reserva Nacional de Paracas.*

https://n9.cl/rptgm

Consejo Internacional de Monumentos y Sitios. (Noviembre de 2022). *ICOMOS: Carta Internacional sobre Turismo Cultural.*

https://n9.cl/ogfir6

Curasma, G., y Huamani, W. (2021). *Potencialidades del turismo vivencial de la comunidad de Huachocolpa, Huancavelica.*

https://n9.cl/k7osa

Durán. M. (2023). *Qué es un perfil de usuario, cuáles son sus tipos y ejemplo.*

https://n9.cl/x61wv

Durand, V., Catunta, C., y Sánchez, D. (2019). *Plan de negocios en turismo rural Comunitario para la comunidad de Viacha en la región de Cusco.*

https://n9.cl/x6gg5u

El Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). *ICA Reporte Regional de Turismo.*

https://n9.cl/no8hm

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (19 de Abril de 2023). *Mincetur: Mesa Técnica Multisectorial impulsará el desarrollo turístico de Paracas.* https://n9.cl/osmp8

El Peruano. (26 de Junio de 2023). *Mincetur: Unidos por el desarrollo del turismo comunitario*. https://n9.cl/x9bwsf

El Peruano. (02 de Abril de 2023). *Turismo un sector resiliente*. https://n9.cl/f72bi

El Progreso de Lugo. (25 de Junio de 2020). *Importancia de la publicidad física y convencional en la era digital*. https://n9.cl/emj4t

Holgado. R. (22 de Setiembre de 2021). *¿Cómo acceder al contenido de un código QR? Así puedes hacerlo a través del móvil o de apps*. https://n9.cl/hcb6j

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (16 de Junio de 2023). *El 82,0% de la población que usa Internet lo hace a través de un celular*. https://n9.cl/97s96

Jáuregui, E. (20 de Marzo de 2022). *Reactivación turística: promocionarán destino Paracas en Chile, Bolivia y España*. https://n9.cl/y7hbo

LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay. (10 de Abril de 2023). *La importancia de las plataformas digitales en los negocios*. https://n9.cl/ya0nu

Liza, S. (2022). *Modelo estratégico territorial para fomentar el desarrollo sostenible del turismo vivencial en un distrito de Ferreñafe*.

https://n9.cl/fbwvz

Londoño, P. (04 de Enero de 2023). *Qué son las aplicaciones web y 8 ejemplos.* https://n9.cl/7smdo

MONDIACULT. (13 de Setiembre de 2023). *Foro Internacional "Nuevas miradas en torno a la relación entre cultura y turismo".* https://n9.cl/2xi4l

Revista Gana Más. (05 de Setiembre de 2023). *Informalidad en las mypes peruanas se elevó a 86.7% en el 2022*. https://n9.cl/0ker5

Rootstack. (20 de Octubre de 2023). *Ciberseguridad: Gestión y Corrección de Vulnerabilidades*. https://n9.cl/u1vmz

Rosas, J. (11 de Mayo de 2023). *El turismo receptivo en Perú experimentará una franca recuperación*. https://n9.cl/xt2zb

Tello, L. (28 de Agosto de 2020). *Diseño de un centro turístico vivencial agropecuario para las actividades del turismo vivencial, Limón, Celendín, Cajamarca.* https://n9.cl/z8i0p

Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. (29 de Marzo de 2022). *Influencia de la publicidad en las personas*. https://n9.cl/vacgh

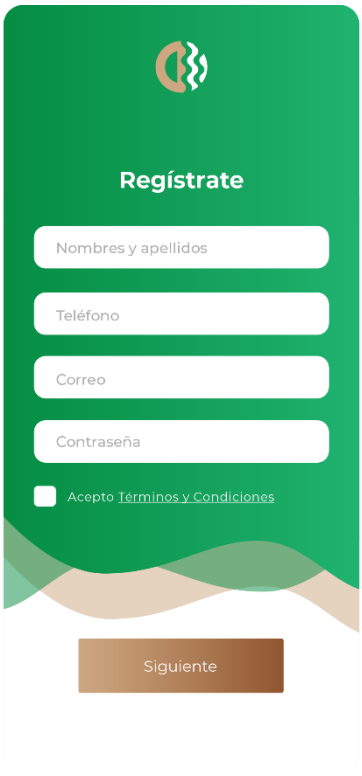
Yulima Hernandez. (28 de Diciembre de 2022). *¿Por qué es importante la publicidad para las marcas?* https://n9.cl/ye64f

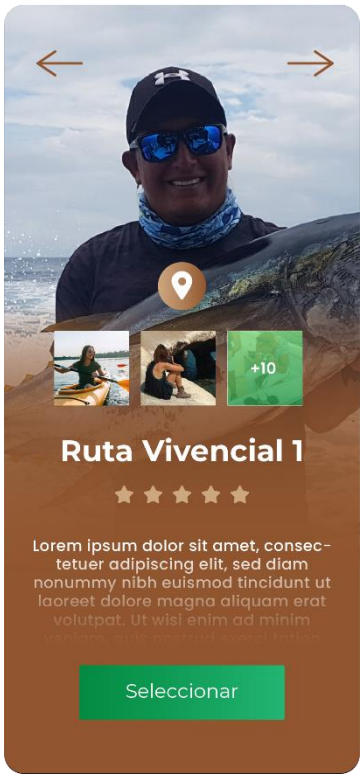
10. Anexos

10.1. Interfaz de aplicativo para turistas

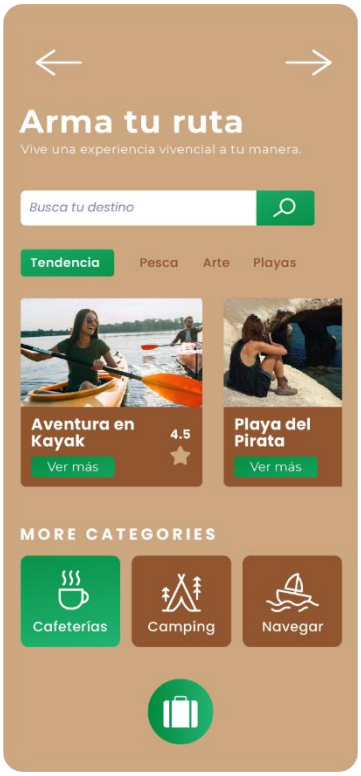









Parcas Art
4.2/5.0
Ruta Vivencial 2
Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim
Seleccionar


Arma tu ruta
Vive una experiencia vivencial a tu manera.
Busca tu destino
Tendencia
Pesca
Arte
Playas
Aventura en Kayak
4.5
Ver más
Playa del Pirata
Ver más
MORE CATEGORIES
Cafeterías
Camping
Navegar


Tu solicitud ha sido recibida con éxito
En breve te enviaremos los detalles a tu correo electrónico.
Seguir navegando

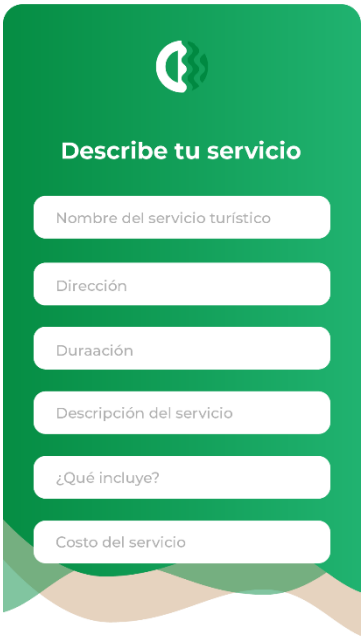
10.2. Interfaz de aplicativo para emprendedores locales











ENVIAR



Seguir navegando