ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

SUPscape: Plataforma digital para experiencias de Stand Up Paddle que promueve turismo responsable en La Punta, Callao

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADO POR

Samantha Francesca Burneo Macedo
DNI: 73073615, Peru
ORCID:0000-0002-4565-4687

ASESOR

Hristo Joel Vasquez Janampa
DNI: 76461050, Peru
ORCID: 0009-0006-9728-8144

JURADO

Silvana Tabata Espinoza Gomez
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Hayashi Rafael Mateo Nuñez

Lima, Abril 2026

0009-0005-3661-6557-0000-0002-4565-4687-MOGOLLON-BUR...

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:569862786

Fecha de entrega
22 mar 2026, 12:30 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
22 mar 2026, 9:01 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
0009-0005-3661-6557-0000-0002-4565-4687-MOGOLLON-BURNEO.docx.pdf

Tamaño del archivo
4.6 MB

31 páginas

5283 palabras

28.777 caracteres

15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
14%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

A mis padres, por su amor incondicional y por creer siempre en mí, incluso en los momentos en que yo misma dudaba. Gran parte de lo que soy hoy se lo debo a su esfuerzo y a su apoyo constante.

A Rafael, por acompañarme en este camino y por estar siempre a mi lado. Me das fuerzas para seguir aun cuando me siento chiquita.

— Samantha

A mi esposa Angela, por siempre apoyarme en los estudios, la persona que me impulsa a seguir adelante, a mejorar, a crecer en todos los sentidos y ser el refugio de mis días más dificiles.

A mis padres, hermano y mis suegros que siempre me apoyaron y jamás dudaron de mis capacidades. Ellos me enseñaron que los conocimientos son una de las cosas más importantes de la vida y están orgullosos del camino que elijo.

- ***Angel***

Agradecimientos

Agradecemos a Toulouse Lautrec por brindarnos el conocimiento, las herramientas y la retroalimentación tan necesarias para desarrollar nuestro proyecto de investigación e innovación. Queremos dejar constancia de nuestra gratitud hacia Hristo Vasquez y Maria del Carmen Farfán.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

II. Descripción de la innovación 2

2.1 Investigar para diseñar 2

2.1.1 Actores del Proyecto 2

2.1.2 Contexto general 4

2.1.3 Problema u oportunidad 5

2.1.4 Reto de diseño 6

2.2 Diseñar para crear valor 7

2.2.1 Propuesta de valor 7

2.1.2 Solución 8

2.3 Diseñar el servicio 9

2.3.1 Blueprint del servicio 9

2.3.2 Artefacto(s) 16

2.3.3 Experimentos 17

2.4 Resumen del proyecto de innovación 18

III. Conclusiones y recomendaciones 18

IV. Referencias Bibliográficas 22

V. Anexos 22

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Ficha del Arquetipo de Luis Pérez* *3*

Figura 2 *Mapa mental de interpretación sobre la información adquirida* 5

Figura 3 *Lienzo de Propuesta de Valor* 8

Figura 4 *Blueprint del servicio* 10

Figura 5 *Prototipo de baja fidelidad* 13

Figura 6 *Prototipo de alta fidelidad* 15

Figura 7 *Resultados de la encuesta de usabilidad* 18

Figura 8: *Conclusiones y mejoras potenciales de los resultados.* 19

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"SUPscape": Plataforma digital para experiencias de Stand Up Paddle que promueve el turismo responsable en La Punta, Callao.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación **SUPscape** se desarrolla en el área prioritaria de turismo experiencial y sostenibilidad, y busca resolver la necesidad de los visitantes, nacionales o extranjeros, que están interesados en explorar opciones de turismo alternativo; para que puedan acceder a experiencias diferentes y auténticas, reduciendo la incertidumbre y las trabas que se tienen al probar actividades nuevas. La población beneficiaria principal son jóvenes trabajadores que desean explorar la ciudad, realizando actividades que consideran beneficiosas para su salud física y mental. Sin embargo, muchas veces se les complica encontrar proveedores confiables, no pueden comparar opciones o a veces no comprenden el impacto ambiental que tienen las actividades que realizan.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La propuesta consiste en una **plataforma digital** hecha para conectar a los turistas con proveedores certificados de experiencias de Stand Up Paddle en **La Punta, Callao**. El aplicativo les permitirá comparar precios, reservar

actividades, conocer y calificar a los guías y acceder a recomendaciones sobre turismo y consumo responsable para asi mejorar su experiencia.

Para la experimentación se elaboraron **prototipos de alta fidelidad del aplicativo.** Fueron validados por potenciales usuarios de la plataforma mediante encuestas y pruebas de percepción. El resultado fue concluso; ya que más del 80% demostró alta intención de uso de la plataforma.

Se concluye que **SUPscape** como solución es pertinente y escalable para el turismo alternativo. La plataforma facilita el acceso a el Stand Up Paddle, ya que brinda la información clara y simplifica los procesos de reservas; buscando mejorar la relación entre los visitantes y el entorno donde se realizan las actividades.

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

2.1.1. Actores del Proyecto

El actor principal del proyecto es: visitantes nacionales o extranjeros interesados en turismo alternativo en el país de destino durante viajes cortos o escapadas de fin de semana para los locales, donde pueden realizar actividades recreativas al aire libre fresco. El rango de edad va de los 25 a los 35 años, ya que en esta edad tienen más autonomía y poder adquisitivo ya que están en una etapa de laburo.

Sin embargo, aunque tengan la motivación para realizar este tipo de actividades, la realidad es que muchas veces no cuentan con opciones seguras y confiables, que sean de fácil acceso. Por ello, el proceso de compra puede verse afectado, y terminan escogiendo una opción recomendada por el conserje del hotel donde se están quedando.

Este grupo de personas las consideramos actores centrales porque viven directamente la problemática y por ello representan el foco principal de cualquier solución de servicio orientada a promover su participación en turismo alternativo y responsable con el ecosistema y el ambiente.

Dentro de este grupo se identificó un perfil representativo a través del arquetipo de “**Luis Pérez”** (Figura 1), un profesional foráneo y que vive en la ciudad de Lima, que busca realizar actividades distintas que le permitan relajarse, conocer algo nuevo y aprovechar su tiempo libre de manera significativa.

Luis desea salir de la rutina y vivir nuevas experiencias pero al mismo tiempo necesita tener confianza sobre el lugar, el proveedor y la actividad antes de poder tomar una decisión; por ello su principal tensión está en no perder ni su tiempo ni su dinero, sino que sienta que realmente valió la pena invertir y salir de su zona de confort.

Figura 1: *Ficha del Arquetipo de Luis Pérez.*



Adicionalmente, hemos identificado a los actores indirectos y secundarios que juegan un rol dentro del ecosistema del servicio, como los proveedores de experiencias de Stand Up Paddle, la municipalidad, los negocios locales vinculados al turismo (restaurantes, productores, transporte) y la comunidad en sí del destino turístico.

2.1.2. Contexto general

En los últimos años se ha podido notar un nuevo interés por formas diferentes de turismo. Por esta razón, cada vez más la gente quiere no solo ir a un lugar sino también tener la oportunidad de interactuar y vivir experiencias novedosas que les ayuden a establecer una conexión con el ambiente que los rodea.

Es por ello que, las actividades recreativas al aire libre en la naturaleza y que implican realizar algún tipo de movimiento físico, han ido ganando cada vez más reconocimiento. Este nuevo interés debido al creciente enfoque hacia un turismo más consciente y sostenible. Según las Naciones Unidas, el turismo sostenible debe promover “un equilibrio entre el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente” (ONU, 2023).

El proyecto se sitúa específicamente en La Punta, en la Provincia Constitucional del Callao. Ya que tiene playa pública que funciona como punto de encuentro para proveedores de experiencias de Stand Up Paddle.

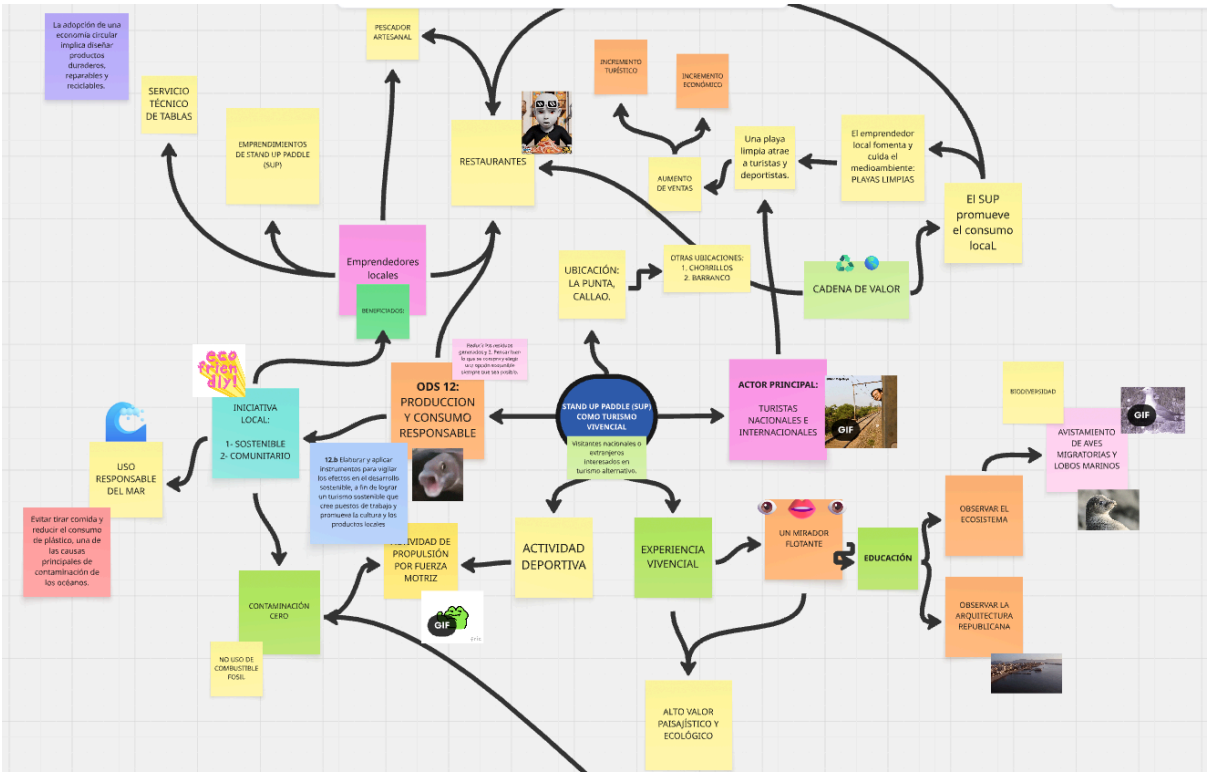
El uso de este espacio es el foco de nuestro estudio, ya que los fines de semana, especialmente por las mañanas, mas o menos de 7 a 10 am, se ha incrementado el número de jóvenes adultos que vienen a realizar actividades deportivas y de ocio.

La investigación también señala que La Punta, es un lugar ideal para realizar turismo. Sin embargo, también reconocemos que el sitio tiene limitaciones relacionadas con las percepciones de la gente sobre la comodidad y seguridad que se puede tener en el sitio, lo que impide que sea percibido como un lugar accesible y confiable para quienes no conocen el área.

2.1.3. Problema y oportunidad

Aunque ahora esta tendencia hacer actividades turísticas diferentes, sobre todo en destinos exóticos o de tercer mundo, siguen existiendo demasiadas trabas para estos visitantes. Diversos estudios señalan que una de las principales barreras para los turistas es que no tienen un sitio para ver información clara, detallada y confiable para este tipo de actividades ya que no son proveedores masivos sino más de nicho (Organización Mundial del Turismo, 2019).

Figura 2. *Mapa mental de interpretación sobre la información adquirida.*



En el caso de La Punta, al ser un distrito costero y de playas limpias, tiene condiciones que son favorables para hacer actividades recreativas vinculadas al mar. no está tan cerca ni tan lejos de los principales distritos de Lima, por lo que el viaje de camino puede ser amigable si es

planificado. Además tiene una larga historia marítima y un ecosistema inigualable.

Sin embargo, a pesar de todas estas bondades, son muchos los que desconocen sobre la disponibilidad de esta actividad que se ofrece en este sitio. y aunque supieran, no tienen un recurso que les permita acceder a información verídica sobre precios, proveedores, transporte, etc. Esta situación crea una gran brecha entre el interés y la facilidad para encontrar la experiencia adecuada, comprenderla y reservar.

En consecuencia, el problema no radica únicamente en el desconocimiento del lugar o de la actividad, sino en la ausencia de una plataforma de acceso libre para centralizar la información necesaria para que los usuarios puedan llegar a reservar de manera tranquila y con confianza.

Frente a este escenario, surge una oportunidad clara para el diseño estratégico y de servicios: desarrollar una plataforma que permita conectar a visitantes interesados en turismo alternativo con proveedores certificados.

2.1.4. Reto de diseño

A partir del análisis del contexto en la La Punta y las necesidades del arquetipo, se definió el siguiente reto de diseño que articula el ODS 12 (consumo responsable):

"¿Cómo podríamos ayudar al ingeniero Luis Pérez a vivir una experiencia guiada de stand up paddle en La Punta que sea inmersiva, segura y orientada al conocimiento del ecosistema marino local, para que pueda desconectarse del estrés laboral mientras reducimos su temor y ansiedad al practicar por primera vez una actividad deportiva en un lugar poco conocido?"

2.2. Diseñar para crear valor

2.2.1. Propuesta de valor

Según los resultados de nuestra fase de investigación, pudimos definir la propuesta de valor de SUPscape. Esta busca achicar o reducir la inseguridad que se siente cuando se desea buscar, averiguar y reservar experiencias nuevas y diferentes a lo convencional.

La promesa de valor de SUPscape hacia nuestro arquetipo, Luis Pérez, dice que le ofrecemos una plataforma digital en forma de aplicativo móvil para que pueda ver distintos proveedores de experiencias de Stand Up Paddle en La Punta, para comparar sus paquetes, precios y calificaciones de otros usuarios y poder realizar una reserva con pago seguro y garantía.

Lo que diferencia a SUPscape de otros canales es que mientras estos tienen la información dispersa y no hay claridad en precios o que incluyen esos precios, ahora van a poder encontrar en un solo lugar todo lo que necesitan para que la experiencia sea un éxito: propone un espacio organizado que reúne proveedores locales, precios, disponibilidad, transporte, área de reservas con pago seguro y recomendaciones o tips para reducir su incertidumbre y el impacto ambiental. Esto permite que el usuario tome decisiones con mayor confianza, especialmente cuando se trata de una actividad nueva o poco conocida, reduciendo su ansiedad al probar algo nuevo y asegurando que su tiempo y dinero valgan la pena.

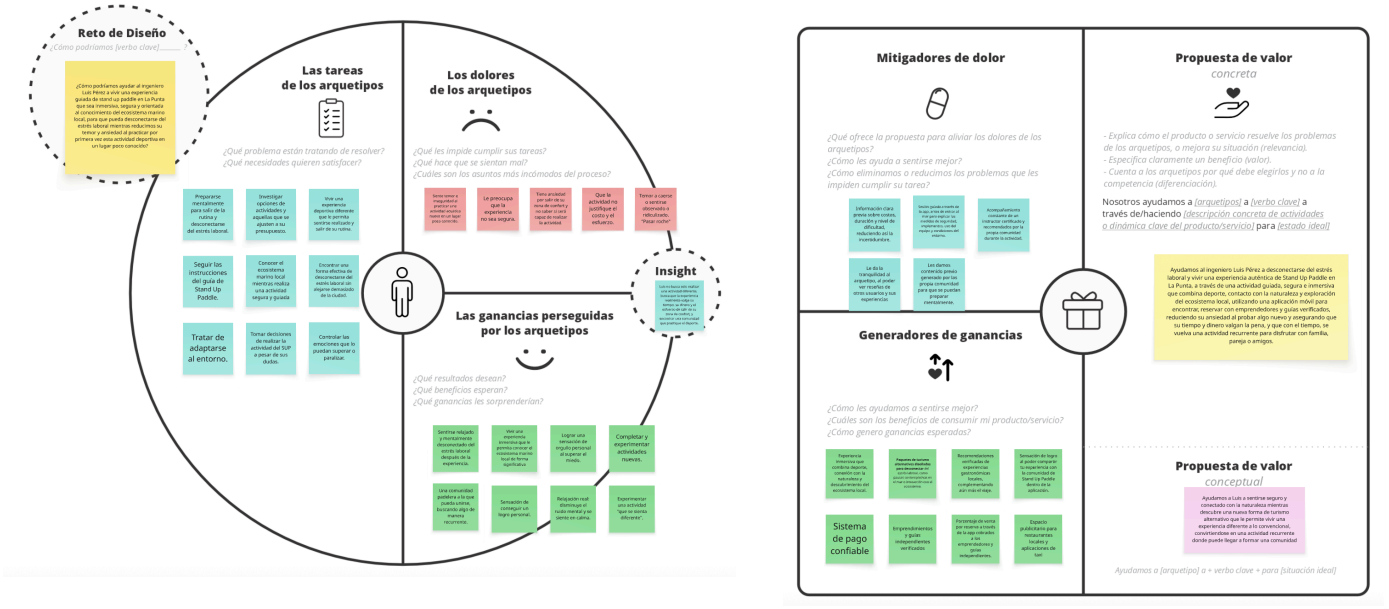
Como se detalla en el Lienzo de Propuesta de Valor (Figura 3), la solución responde directamente a las frustraciones y deseos del usuario:

Mitigadores de Dolor (Pain Relievers): Atacamos directamente la incertidumbre y la brecha entre el interés y la facilidad al juntar todo lo que puede necesitar el visitante nacional o extranjero para tener una experiencia segura, informada y completa de Stand Up Paddle en La Punta. A través de una aplicación que informa sobre los guías y

proveedores preparados y certificados, con información de sus medidas de seguridad, usos de equipos y condiciones del entorno y nivel de dificultad, etc.

Generadores de Ganancia (Gain Creators): Potenciamos el deseo de acceder a experiencias alternativas o no tan conocidas de turismo mediante la aplicación. No solo ofrecemos el servicio de conectar a los usuarios con proveedores, sino que engloba todas las necesidades que pueda tener el usuarios para poder tener una experiencia satisfactoria de manera accesible, y lo acompana durante todo el proceso, eliminando temor e incertidumbre.

Figura 3: *Lienzo de Propuesta de Valor.*



2.2.2. Solución

Como respuesta a la propuesta de valor definida, se presenta SUPscape, una plataforma digital en forma de aplicación móvil que conecta a visitantes interesados en turismo alternativo con proveedores certificados

de STAND UP PADDLE en La Punta, dándoles información clara sobre costos, duración, nivel de dificultad, disponibilidad, transporte, reservas con pago seguro y además poder acceder a recomendaciones locales y de consumo responsable.

Al abrir la aplicación, se visualiza el inicio: una interfaz organizada donde se puede ver las distintas opciones de proveedores que se ofrecen, donde al presionar cada una de ellas podrán ver información clave como el nombre del proveedor o escuela, ubicación, horarios, precio, duración de la clase o sesión, nivel de dificultad, disponibilidad, qué implementos incluye, condiciones recomendadas y reseñas de otros usuarios. Así podrá comparar y escoger el que más le convenga.

Además, SUPscape incorpora herramientas que acompañan al usuario antes de la experiencia. Ofrece contenido sobre medidas de seguridad, uso del equipo, recomendaciones previas, condiciones del entorno y consejos prácticos sobre consumo responsable.

En cuanto a cómo funciona, el aplicativo deja que el usuario pueda explorar las opciones disponibles, filtre según sus necesidades específicas o requerimientos, haga una selección y realice su reserva con pago seguro.

En conclusión, SUPscape es una solución completa que junta y ordena toda la información necesaria para reducir la incertidumbre del usuario y que este se sienta seguro para poder realizar una reserva.

2.3. Diseñar el servicio

2.3.1. Blueprint del servicio

Con el objetivo de visualizar un recorrido completo de inicio a fin sobre la experiencia de nuestro arquetipo Luis Pérez con el aplicativo SUPscape,

se estableció una fases o etapas (antes, durante y después). Este mapa de servicio incluye los diversos puntos de contacto con los que interactúa nuestro arquetipo, los artefactos con los que se encuentra en el proceso, así como los actores y personas que operan en cada etapa de dichas fases o etapas.

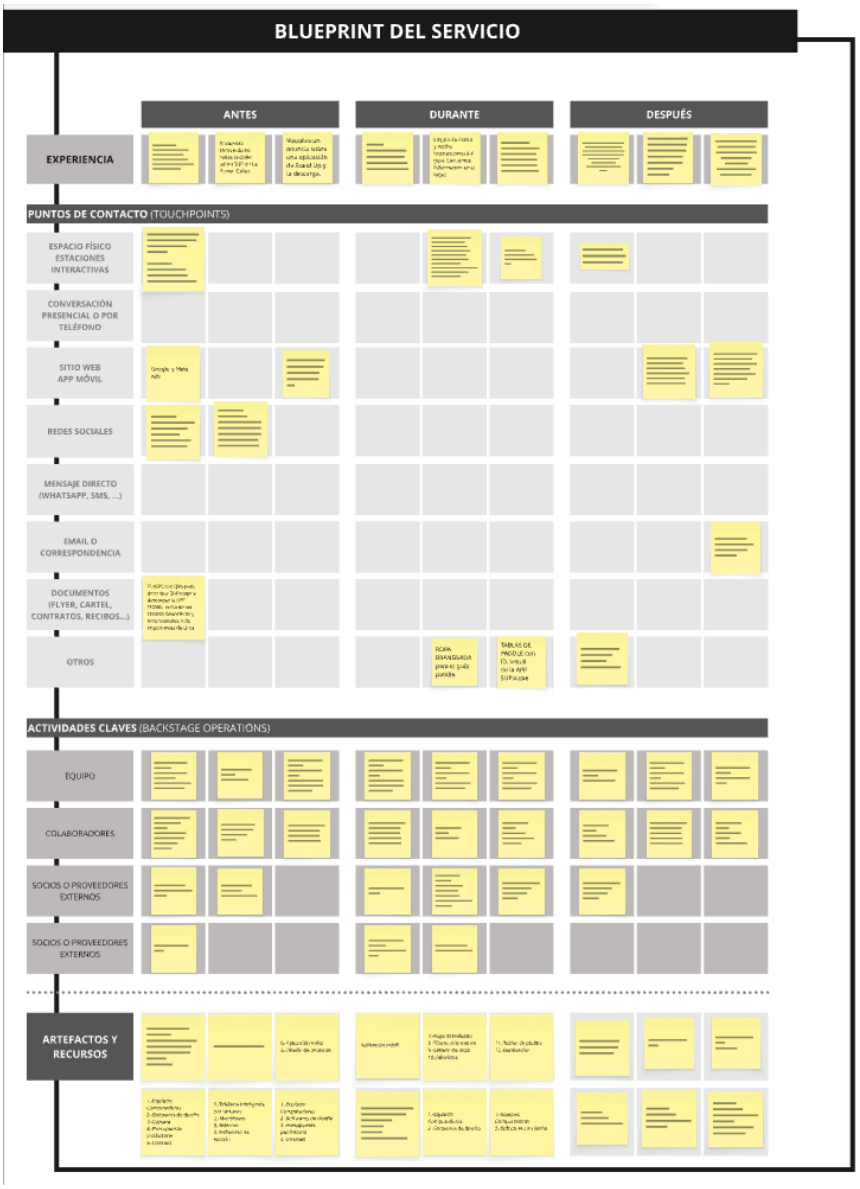


Figura 4: *Blueprint del servicio.*

El diseño del Blueprint del servicio será incluido en alta resolución en la parte de anexos que incluye un enlace a un archivo externo. (Véase anexo N°___).

a. Fase 1 de la experiencia: - Descubrimiento de SUPscape

Para la primera fase nuestra misión es que la gente pueda descubrir la marca, la aplicación, las funcionalidades y sus beneficios a través de diferentes tipos de contenido y redes sociales, con experiencias, los guías y emprendimientos certificados.

Descubrir SUPscape

Los principales puntos de contacto para que nuestra marca sea reconocida es a través de medios físicos y digitales. A nivel físico, con la instalación de vallas publicitarias en los principales centros financieros y avenidas importantes dentro de la ciudad metropolitana de Lima. Además, contaremos con material impreso de difusión persona a persona a través de flyers o volantes donde impulsaremos la instalación de la aplicación con la creación y lectura de un QR que nos lleve directamente a la AppStore o PlayStore. La municipalidad, con el apoyo para la difusión en el espacio público con vallas publicitarias, pasacalles verticales y horizontales cerca a las playas donde se practica la actividad de paddle, entradas del distrito y en la plaza central. Activaciones en las playas de La Punta, para que los visitantes de las playas puedan conocer, descubrir y descargar la aplicación, además, se realizan juegos y entregamos merchandising para los participantes.

A nivel digital, usando las plataformas de Google Ads y Meta Ads que nos brindan las herramientas para segmentar de manera detallada a nuestro arquetipo.

Para llevar a cabo este plan, tendremos en nuestros equipos diferentes perfiles creativos y administrativos, tales como diseñadores UI/UX para hacer la aplicación más fácil de usar, generar las intenciones de compra, así como un diseñador web que cree la identidad y lineamientos de marca, diseñe los materiales impresos, entre otros materiales en los

diversos puntos de contacto. Programadores, para que puedan darle vida a la aplicación móvil, realizar actualizaciones y correcciones en la app. Contaremos con un creador de contenidos para que pueda documentar las actividades de nuestros usuarios, entrevistas, experiencias inmersivas de paddle y contar distintas historias. Un editor audiovisual para pulir el material grabado para nuestras redes y anuncios en la plataforma digital. Una agencia de publicidad, para asesorías en nuestro plan de medios, gestión de contenido. Para llevar a cabo la difusión de nuestra nueva aplicación necesitamos a la Municipalidad de La Punta como aliado estratégico en el apoyo de la difusión para los residentes y negocios locales que quieran unirse a la app o ser usuarios de nuestro servicio.
(Véase figura 4: Blueprint del servicio 4).

Usabilidad de la aplicación móvil SUPscape

En la primera etapa de prueba del prototipo, observamos que las personas que probaron el producto validaron la aplicación, observando que existe un alto interés por usar la SUPscape si estuviera disponible en las tiendas de aplicaciones. Estos usuarios prefieren que una plataforma que esté centralizada y organizada para que contactar a los negocios prestadores de servicios y los guías sea directo y más fácil. Dichos usuarios en las encuestas manifestaron que deseaban tener más control y poder decidir la mejor opción antes de ir al lugar. Asímismo encontramos en esta etapa de iteración que los usuarios necesitaban un sistema de comparación de precios, sistema de reviews y una galería de fotos reales u orgánicos de otras personas que optan por un negocio u otro dentro de la aplicación. También confirmamos en las pruebas del prototipo que los usuarios no solo desean realizar una actividad deportiva sino que buscan reducir la incertidumbre antes de probar algo nuevo, resultados que también se vieron reflejados en nuestros hallazgos de la fase “Investigar para diseñar”. Con estos nuevos hallazgos procedimos a realizar los ajustes en el diseño de la interfaz de usuario (UI).

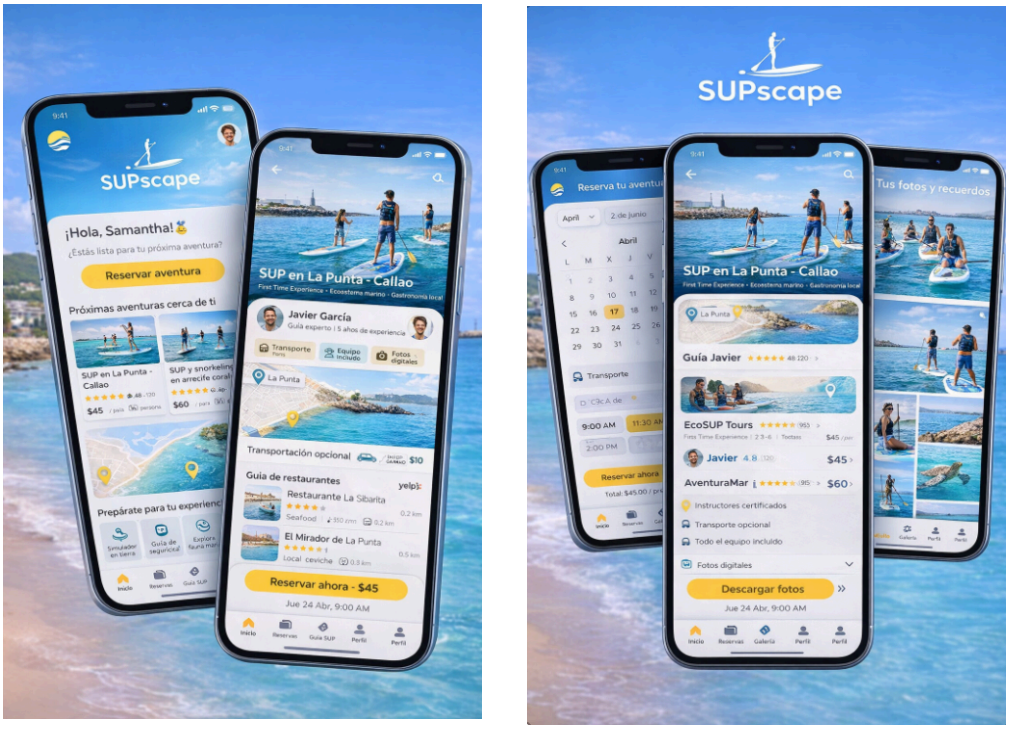


Figura 5: *Prototipo de baja fidelidad*

b. Fase 2 de la experiencia - Aplicación SUPscape

Con todo lo planteado líneas arriba, para esta fase planeamos cómo el usuario interactúa con el aplicativo una vez que realizamos la iteración que se centró en la experiencia del usuario.

En esta etapa se integraron las nuevas necesidades que se hallaron previamente, permitiendo al usuario encontrar el apartado “reviews”, dentro de cada paquete, esto permite a los usuarios leer las experiencias que obtuvieron con el paquete que reservaron. “Comparación de

paquetes", una funcionalidad dentro del paquete que, como su nombre indica, permite comparar la mejor oferta disponible así como también los precios de los mismos. Promociones SUPscape", en el home de la aplicación para ver las nuevas ofertas y novedades con un sistema de puntos para obtener mejores beneficios. "Comunidad", dentro del botón "Perfil" donde encontrarán grupos por intereses.
La aplicación a su vez también dispone de opciones de reserva unicamente con instructores uno a uno para un aprendizaje exclusivo y personalizado para cada usuario. Encontramos la opción "Transporte", para aquellos visitantes o turistas que desean visitar La Punta, Callao pero sienten inseguridad por los prejuicios y percepciones en general del distrito chalaco, que muestra opciones de transporte seguro con transporte local, taxis aplicativos seguros, entre otros. Otra funcionalidad con la que cuenta la aplicación SUPscape es "Restaurantes locales" que es un espacio de publicidad que utiliza la plataforma como conexión entre los visitantes y los negocios de la comunidad, que fomenta el tripe balance, en este caso el social.

Otra opción que agregamos para romper las trabas de inseguridad de nuestro arquetipo es "Certificado SUP", donde se muestran las principales academias y guías que cuentan con un respaldo de negocio, como permisos municipales, cursos desarrollados por los guias, su experiencia con equipos de seguridad y más.
La función de reservas es una sección que cumple la función de recordatorio, así como la visualización del historial de experiencias realizadas para un futuro retorno de la actividad turística o deportiva con negocios que ya han sido tomados previamente y con los que el proveedor ya tiene la confianza del usuario.

Por último, el apartado "Tips y recomendaciones", tiene como objetivo fomentar las buenas prácticas por parte de los nuevos y antiguos usuarios de la plataforma para prevenir y cuidar la zona costera donde se llevan a

cabo las prácticas de turismo alternativo de Stand Up Paddle. Este apartado es importante porque enseña los diferentes tipos de vida que existe en el ecosistema donde se desarrolla la actividad, su historia y su importancia en general. Se instruye al usuario sobre cómo mantener las playas limpias, recomendaciones sobre el uso de prendas y cuidado personal, así como números de emergencias, Serenazgo y contacto de la Policía Nacional del Perú.



Figura 6: *Prototipo de alta fidelidad.*

c. Fase 3 de la experiencia - Después

En la fase de cierre de la experiencia de Stand Up Paddle, dentro del espacio digital es decir, en la aplicación móvil, el usuario final se centrará en calificar su experiencia con el proveedor contratado, escribiendo su review o reseña y documentando su experiencia con fotografías. Adicionalmente, suma a sistema de puntos de experiencias que serán traducidas a niveles y estos les permitirán abrir nuevos descuentos o retos para completar en sus siguientes experiencias.

Dentro la aplicación, en los próximos eventos deportivos, culturales, de entretenimiento, ambientales y sociales. que se aperturen podrán estar atentos ya que se enviarán diversos tipos de notificaciones. Con la data conseguida por acceder con su correo electrónico, podremos realizar campañas de emailing para impulsar ciertas fechas especiales, tanto eventos de caracter ambiental, social, de entretenimiento, cultural y deportivos.

En el espacio físico, proporcionaremos merchandising que fomentará el uso de artefactos que no son desechables y más bien les permitirán volver a reutilizar. Los siguientes materiales son: Botella tomatodo para poder llevar sus bebidas favoritas y una bolsa de tela amplia, que les permitirá llevar sus objetos personales. Adicional a ello, les brindaremos a cada emprendimiento un marco de fotos para que los usuarios puedan recordar el momento y etiquetar a la marca SUPscape en las plataformas sociales y/o dentro de la aplicación con la comunidad.

2.3.2. Artefacto(s)

Para la correcta operatividad de negocios de SUPscape se basa principalmente en el espacio digital: La aplicación móvil como principal artefacto y TikTok, donde será nuestro espacio para contenido audiovisual como medio para generar confianza. Adicional a ello, lo complementaremos con el espacio físico; con publicidad impresa en vallas, pasacalles verticales y horizontales en avenidas principales o centros de negocios importantes de Lima Metropolitana y el Callao para garantizar un flujo adecuado de usuarios.

a. Activos digitales:

La aplicación móvil como el primer artefacto más destacado del proyecto, un activo escalable basado en tecnología.

Interfaz: El desarrollo de la aplicación se basa en el uso de un sistema multiplataforma, para iOs y Android. El sistema de recompensas

mediante puntos y el espacio para emprendedores con un dashboard para monitorear reservas, datos de los visitantes y tipo de paquete contratado. Para los visitantes, un espacio de destacado de ofertas y promociones, emprendimientos certificados, socios estratégicos de transporte seguro. Un espacio disponible de tips y recomendaciones para garantizar información confiable del ecosistema, la vida marina, la zona costera, el transporte, cuidado personal, entre otros.

b. Activos físicos:

Los artefactos que complementan la experiencia de SUPscape son los merchandising, que fomentan el uso de artículos ecoamigables para desincentivan el consumo en la zona costera con plásticos que de un solo uso, como los tomatodos de aluminio o las bolsas de tela con la identidad visual de la marca SUPscape.

Adicional a ello, para que nuestro público pueda descubrir la aplicación y descargarla, dentro de nuestra propuesta es expandir un código QR que te traslada directamente a la App Store o Play Store en las calles del distrito, aprovechando la alianza con la Municipalidad de La Punta. Adicional a ello, posicionar a la marca como un punto de escape del estrés, publicitando la marca en las zonas y avenidas comerciales y de negocios de Lima, con vallas publicitarias.

2.3.3. Experimentos

La recolección de datos y la validación del proyecto se centra en la investigación cualitativa, bajo una metodología iterativa para garantizar que el proyecto responda a las necesidades de nuestro arquetipo como al entorno que estamos basándonos.

Previo al diseño de nuestro blueprint de servicio, encuestamos a nuestros posibles usuarios sobre la usabilidad de la aplicación móvil encontrando hallazgos interesantes que luego se aplicaron al artefacto de alta fidelidad.

Experimentación de Usabilidad (UX)

Una vez creada la arquitectura del servicio se procedió a una ronda de encuestas para conocer si el servicio a través del aplicativo era fácil y práctico a la hora encontrar paquetes, conocer si en su experiencia usarían la aplicación para sentirse seguros, y el feedback para el conocimiento de las funciones que más importan para ellos. Una vez conocida su opinión, se procedió a actualizar el prototipo. (Véase la figura 6, Prototipo de alta fidelidad).

Figura 7: *Resultados de la encuesta de usabilidad.*

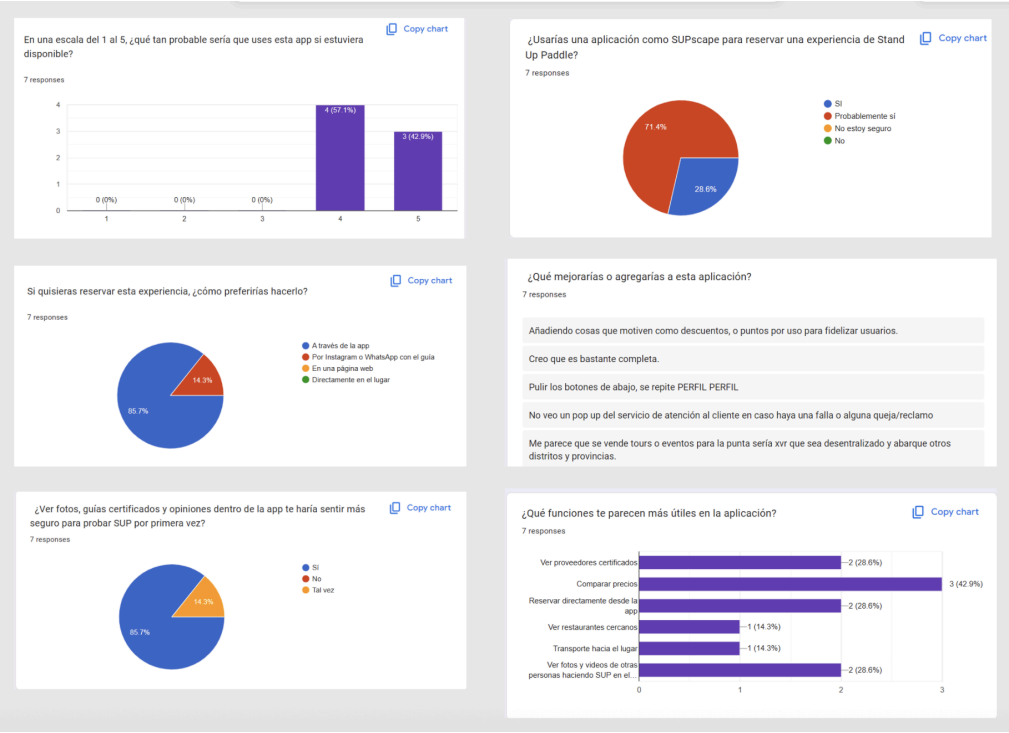
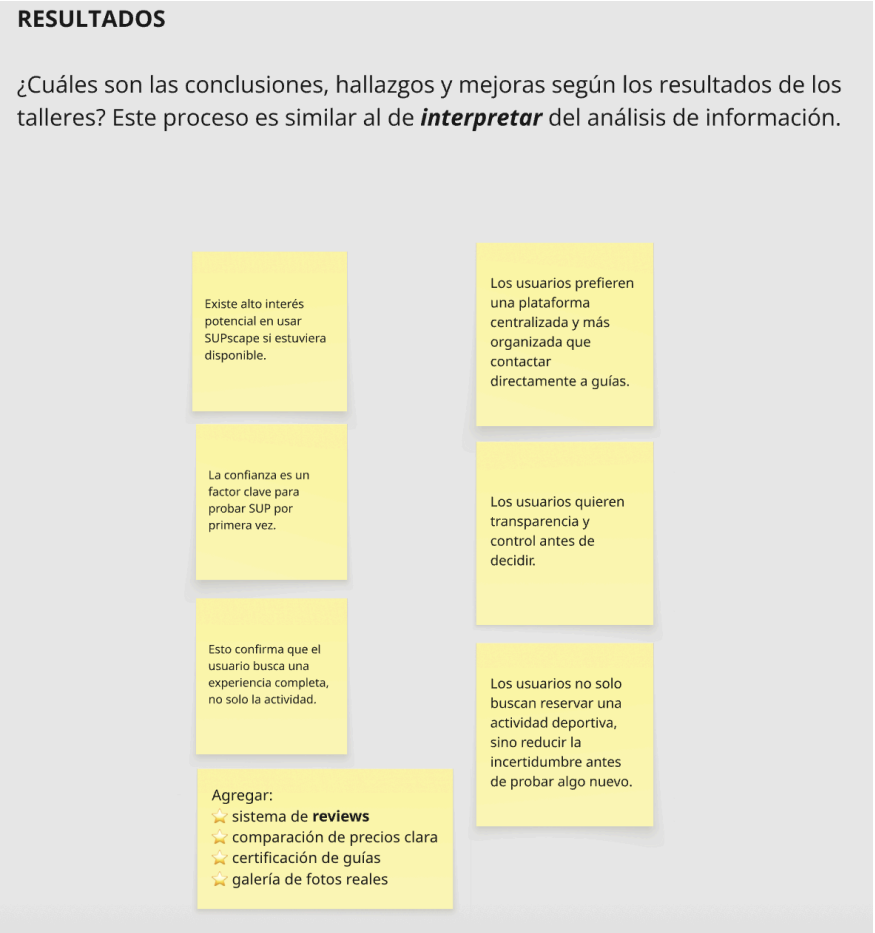


Figura 8: *Conclusiones y mejoras potenciales de los resultados.*



2.4. Resumen del Proyecto de Innovación

SUPscape se posiciona como un proyecto que protege la zona costera del futuro impacto en el ecosistema marino de La Punta brindando consejos sobre el consumo responsable en la zona costera (ODS 12) protegiendola del incremento de visitantes nacionales y/o extranjeros; y a la vez brinda la herramienta necesaria a estos actores para encontrar, reservar y experimentar una actividad nueva donde se sientan seguros con las garantías que se requieren para optar por el turismo alternativo y sostenible realizando esta actividad que combina el deporte y el turismo como lo es el Stand Up Paddle (SUP).

III. Conclusiones y recomendaciones

2.1. Conclusiones

La aplicación SUPscape es un negocio que se puede escalar a diversas zonas costeras de Lima ya que es un deporte que se practican en diversos distritos como Chorrillos, Barranco y Miraflores. La plataforma mejora el consumo responsable y sostenible de la zona costera de La Punta, al brindar recomendaciones sobre el consumo antes, durante y después de realizada la experiencia de turismo alternativo, brindando un estado de concientización y conexión con la naturaleza. El paddle en La Punta, tiene un gran potencial de desarrollo como turismo alternativo sostenible.

La aplicación móvil le ofrece a los visitantes nacionales y/o extranjeros la posibilidad de comparar en un mismo lugar los precios, paquetes, comodidades y opciones de accesibilidad.

2.2. Recomendaciones

Para establecer la funcionalidad de la aplicación como medio para conseguir la protección y consumo responsable de la zona costera de La Punta, Callao; se dispuso de las siguientes recomendaciones:

- **Escalabilidad de negocio:**

El desarrollo del proyecto, si bien es cierto se enfoca en la zona costera de La Punta Callao, esto también es replicable en otras zonas costeras de Lima Metropolitana como los distritos de Chorrillos, Barranco, Miraflores donde este deporte también es puesto en práctica y que puede ayudar a prevenir y fomentar las buenas prácticas de los visitantes nacionales o extranjeros, así como también impulsar los negocios y emprendimientos locales que intervienen en este tipo de turismo.

- **Alianzas con los proveedores de servicios y guías de paddle:**

Recomendamos la integración de los distintos tipos de negocios ya que es una plataforma que impulsa el crecimiento económico de los mismos al brindarles una plataforma digital donde los usuarios necesitan del servicio y de los cuales en nuestras experimentaciones hemos concluido que sí usarían la aplicación móvil. Para el negocio también sería rentable y escalable, al haber más emprendimientos inscritos, pagarían una comisión en porcentaje por reserva de paquetes turísticos.

- **Alianzas con los servicios de transporte:**

Dadas las condiciones del lugar, vemos necesaria la alianza estratégica como plataforma publicitaria diversos medios de transporte seguros hacia La Punta, al ser el Callao un lugar estigmatizado por ser inseguro, los ingresos por espacio publicitario en la plataforma tendría un rendimiento económico constante.

- **Alianzas con los negocios locales multiservicios:**

Brindar una experiencia completa al integrar e impulsar los negocios locales brindándoles una plataforma digital como vitrina publicitaria, beneficiándose con un mayor alcance y nuestro proyecto como una línea de negocio generando ingresos por espacios publicitarios alquilados en la plataforma.

IV.Referencias Bibliográficas

- Creative Lab Toulouse Lautrec. (2026). Briefing 7: Turismo comunitario con poco impacto local en Lima rural y periurbana. https://drive.google.com/file/d/107DSzT3i_XNILSEPBUBV-kawfP1PqmM5/view
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Global report on adventure tourism. UNWTO.
- Naciones Unidas. (2023). The Sustainable Development Goals Report 2023. United Nations.
- Piraguilla. (s.f.). Beneficios del paddle surf: deporte y conexión con la naturaleza.https://www.piraguilla.com/beneficios-del-paddle-surf-deporte-y-conexion-con-la-naturaleza-2/
- Rent Kayak SUP. (s.f.). El impacto medioambiental del kayak y paddle surf: Cómo disfrutar de forma sostenible. https://www.rentkayaksup.com/es/blog/kayak-sup-alicante-disfrutar-forma-sostenible

V.Anexos

5.1 Herramientas de recojo de información

a. Guía de preguntas para los visitantes turistas nacionales y extranjeros.

Hola, buenos días, soy estudiante de Toulouse Lautrec. Estamos investigando cómo las personas toman decisiones durante sus visitas a lugares turísticos y cómo esto impacta en el entorno y la comunidad. Queremos entender tu experiencia real durante la visita.
¿Te molestaría si grabo nuestra conversación? No será publicado, solo es para tener el registro.

- **¿Qué tipo de experiencias disfrutas más?**
- **¿Te importa el impacto ambiental?**
- **Cuando piensas en turismo "alternativo" o diferente, ¿qué significa para ti?**
- **Cuando visitas un lugar como turístico, ¿qué sueles consumir o pagar? (comida, actividades extra, transporte, recuerdos, etc.)**
- **¿Cómo sueles enterarte de este tipo de experiencias o destinos?**
- **¿Has realizado actividades como paddleboard u otras actividades acuáticas?**
- **Si no lo has hecho, ¿te interesaría hacerlo? ¿Por qué?**
- **Qué pesa más cuando decides: precio, comodidad, impacto o experiencia?**
- **Durante un viaje, ¿qué influye más en tus decisiones??**
- **¿Crees que el paddle es un tipo de turismo alternativo?**
- **Al elegir actividades, ¿considera su impacto ambiental?**

- **¿Cuál es lo diferente a otras actividades turísticas?**
- **Durante su último viaje, ¿puede describir una decisión que tomó que pueda haber afectado al medio ambiente?**
- **Sentiste miedo o algún tipo de inseguridad antes de entrar al mar?**
- **¿Qué significa realmente, en tu opinión, “turismo responsable”?**
- **¿Qué le facilitaría actuar de manera más responsable al viajar?**
- **¿Que crees que necesitas para que puedas seguir tomando actividades como este como turismo alternativo?**

b. PDF de las figuras en alta resolución:

- Arquetipo
- Costumer Journey Map As Is del Arquetipo
- Costumer Journey Map To Be del Arquetipo
- Blueprint del servicio y Prototipo de alta fidelidad.

https://drive.google.com/file/d/133DtgQTQGXD40ySg-5ds0EQ33wRda_93/view?usp=sharing