

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA  
"TOULOUSE LAUTREC"



## LA RUTA VERDE

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de  
Interiores

**AUTOR:**

**MELISSA CARMEN JIMENEZ CHAVEZ**

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y  
Marketing Digital

**AUTOR:**

**RUAN FERNANDO MENDOZA YARASCA**

Lima - Perú

2023

## ● 14% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>repositorio.tls.edu.pe</b> Internet	2%
2	<b>repositorio.uan.edu.co</b> Internet	<1%
3	<b>repositorio.utn.edu.ec</b> Internet	<1%
4	<b>respuestasrapidas.com.mx</b> Internet	<1%
5	<b>repositorio.une.edu.pe</b> Internet	<1%
6	<b>peru21.pe</b> Internet	<1%
7	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
8	<b>tourclever.cl</b> Internet	<1%

9	<b>chiledesarrollosustentable.cl</b> Internet	<1%
10	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Internet	<1%
11	<b>upc.aws.openrepository.com</b> Internet	<1%
12	<b>businessinsider.es</b> Internet	<1%
13	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet	<1%
14	<b>comexperu.org.pe</b> Internet	<1%
15	<b>repositorio.uap.edu.pe</b> Internet	<1%
16	<b>elpais.com</b> Internet	<1%
17	<b>Universidad TecMilenio on 2024-01-23</b> Submitted works	<1%
18	<b>congreso.gob.pe</b> Internet	<1%
19	<b>repositorio.unf.edu.pe</b> Internet	<1%
20	<b>Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC on 2022-0...</b> Submitted works	<1%

21	<b>repositori.uji.es</b> Internet	<1%
22	<b>equatorinitiative.org</b> Internet	<1%
23	<b>desfutura.blogspot.com</b> Internet	<1%
24	<b>jalayo.blogspot.com</b> Internet	<1%
25	<b>camisea.com.pe</b> Internet	<1%
26	<b>clublacosta.com</b> Internet	<1%
27	<b>fao.org</b> Internet	<1%
28	<b>Unviersidad de Granada on 2022-05-20</b> Submitted works	<1%
29	<b>bioetica.bioetica.org</b> Internet	<1%
30	<b>ipbes.net</b> Internet	<1%
31	<b>researchgate.net</b> Internet	<1%
32	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-09</b> Submitted works	<1%

33	<b>Universidad TecMilenio on 2024-02-08</b> Submitted works	<1%
34	<b>Universidad TecMilenio on 2024-02-12</b> Submitted works	<1%
35	<b>Universidad de Burgos UBUCEV on 2023-05-08</b> Submitted works	<1%
36	<b>staging.hotspotsmagazine.com</b> Internet	<1%
37	<b>tesis.pucp.edu.pe</b> Internet	<1%
38	<b>msn.com</b> Internet	<1%
39	<b>Universidad Continental on 2023-06-09</b> Submitted works	<1%
40	<b>antonionarino on 2023-05-23</b> Submitted works	<1%

# PROYECTO DE INNOVACIÓN

## Resumen

El proyecto de innovación La Ruta Verde se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de otras actividades de servicios y busca resolver la poca difusión sobre el turismo sostenible en jóvenes, teniendo como población beneficiaria jóvenes entre 22 a 35 años que viven en Lima Metropolitana.

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, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en brindar rutas turísticas personalizadas donde encontrarás información para hacerlo más sostenible durante la estadía de manera divertida y educativa. También se dará visibilidad de negocios locales que el usuario pueda necesitar, se trata de una aplicación móvil que busca optimizar y personalizar la búsqueda de información al momento de viajar de acuerdo a su presupuesto, necesidades y gustos. Mostrando datos actualizados de negocios locales como restaurantes, tours, hospedajes, bodegas, entre otros. Se tiene una estrategia de gamificación de pequeños desafíos por cada destino dentro de la ruta para que el usuario pueda cumplir, ganar puntos y por cada nivel alcanzado, pueda tener recompensas tangibles que pueda usar dentro de su viaje. Adicional a ello, si el usuario nos permite tener su ubicación, podremos identificar si se encuentra cerca de alguna reserva turística y enviarle recomendaciones o datos importantes sobre turismo sostenible para que lo tenga en cuenta.

Para la experimentación se diseñaron prototipos digitales para validar si los usuarios tienen interés en cambiar hábitos hacia la sostenibilidad y si son potenciales usuarios de nuestro proyecto. Se desarrolló un prototipo de un web responsive donde se colocó información sobre en qué consiste el turismo sostenible versus un turismo tradicional, finalmente se les colocó un llamado a la acción para saber si se querían sumar a este cambio dejándonos su correo electrónico para contarles más.

Al inicio de la investigación se hizo una encuesta a más de 80 personas para identificar los arquetipos del proyecto, de este grupo de personas, elegimos a las que entraban en nuestro rango de edad (22 a 35 años). Se envió el prototipo a 35 personas, siendo 28 personas las que nos dejaron su correo electrónico. Considerando que fue una experimentación digital y no tuvieron más detalle del que estaban interactuando, obtuvimos muy buenos resultados.

Se concluye que la solución propuesta aporta una mejoría ambiental a nuestros patrimonios naturales y apoya al incremento de la economía local, concientiza al visitante y lo acerca a nuevas formas y oportunidades de ser un agente de cambio. Siendo un referente positivo y respetuoso con el medio sociocultural y se recomienda consolidar y expandir las alianzas con los agentes locales y marcas para seguir brindando nuevas opciones al usuario y pueda quedarse en el lado sostenible del turismo, también realizar capacitaciones o reuniones con estos emprendimientos y marcas a modo de afianzar lazos y monitorear que sigan cumpliendo con los valores principales del proyecto para seguir generando aportes positivos al medioambiente, sociocultural y económico. Logrando una sostenibilidad circular con la propuesta de "La ruta verde".