

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA “TOULOUSE
LAUTREC”



**CREACIÓN DE UN APLICATIVO PLANIECO QUE SOLUCIONE EL
DESINTERÉS SOBRE EL TURISMO SOSTENIBLE EN LOS JÓVENES
ADULTOS DE LA GENERACIÓN Z EN LIMA METROPOLITANA.**

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

AUTOR:

AIXA MILAGROS JENNIFER ARRUNATEGUI CHUJUTALLI

<https://orcid.org/0009-0001-8188-6215>

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:

AMI ARAKAKI KANASHIRO

<https://orcid.org/0009-0008-1584-2151>

ASESOR :

LENY AMELIA PERCCA TREJO

<https://orcid.org/0000-6002-8363-8354>

Lima - Perú

2023

NOMBRE DEL TRABAJO

CREACI~1.PDF

RECUENTO DE PALABRAS

7395 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

42 Pages

FECHA DE ENTREGA

Jul 11, 2024 6:02 PM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

40713 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.1MB

FECHA DEL INFORME

Jul 11, 2024 6:03 PM GMT-5**● 11% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado

Resumen del Proyecto de Investigación

La investigación se basa en captar la atención de los jóvenes adultos para que muestren interés hacia el turismo sostenible de manera innovadora y fácil. El objetivo principal es crear un aplicativo móvil que solucione el problema del desinterés sobre el Turismo Sostenible en los jóvenes adultos de generación z que viven en Lima Metropolitana. Se utilizó la metodología Toulouse Thinking para resolver el problema de manera innovadora y creativa, evidenciando que se promueve el triple balance. Los beneficiarios directos son jóvenes adultos de un rango de edad de 22 a 35 años de nivel socioeconómico B y C. El aplicativo Planieco permitirá a ellos, encontrar servicios turísticos como hospedajes, tours, transporte, entre otras, considerados como sostenibles. Este proyecto también beneficia de manera indirectamente a los proveedores de servicios sostenibles en los locales turísticos. Los resultados de esta investigación presentan una propuesta concreta para mejorar las opciones y generar conciencia de las acciones. Al proporcionarles una plataforma que se ajusta a sus limitaciones y necesidades, se espera que el aplicativo móvil no solo brinde oportunidades laborales, sino también un sentido de reflexión y perseverancia por la protección del planeta y la sostenibilidad. En resumen, este proyecto de investigación busca arrojar luz sobre la problemática del desinterés sobre el Turismo Sostenible en los jóvenes adultos que viven en Lima Metropolitana y propone una solución tangible en forma de una aplicación móvil que ofrece opciones de servicios, productos para su itinerario, facilitando su viaje.

Palabras claves: aplicativo, turismo sostenible, jóvenes adultos, generación z.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación	
1. Contextualización del problema.....	6
2. Justificación.....	8
2.1 Justificación social.....	8
2.2 Justificación práctica	9
2.3 Justificación metodológica	9
3. Reto de Innovación.....	10
3.1 Pregunta general.....	10
3.2 Objetivo general	11
4. Sustento teórico.....	11
4.1 Estudios previos.....	11
4.2 Marco teórico.....	16
4.2.1 Creación de un aplicativo móvil de turismo sostenible.....	16
4.2.1.1 Conceptualización del aplicativo móvil.....	16
4.2.1.2 Características del aplicativo móvil.....	16
4.2.1.2.1 Facilidad de uso.....	16
4.2.1.2.2 Creatividad y Experiencia.....	16
4.2.1.3 Tipos de la aplicación móvil.....	17
4.2.1.4 Actividades que propone un aplicativo móvil.....	17
4.2.1.4.1 Testimonios de clientes.....	17
4.2.1.4.2 Visualización de impacto.....	18
4.2.1.4.3 Itinerarios.....	18
4.2.1.4.4 Filtro de opciones.....	19
4.2.1.5 Estrategias de comunicación en redes sociales.....	19
4.2.1.6 Importancia de crear un aplicativo de turismo sostenible.....	19

5. Beneficiarios.....	20
5.1 Directo.....	20
5.2 Indirecto	20
5.3 Arquetipo del cliente	20
5.4 Cantidad de beneficiarios.....	22
6. Propuesta de valor.....	22
6.1 Propuesta de valor.....	22
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.....	30
8. Conclusiones.....	30
9. Bibliografía.....	32
10. Anexos.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Inversión inicial</i>	26
Tabla 2. <i>Gastos mensuales</i>	27
Tabla 3. <i>Ingresos del primer mes</i>	28
Tabla 4. <i>Ingresos del tercer mes</i>	29
Tabla 5. <i>Ingresos del sexto mes</i>	29
Tabla 6. <i>Ingresos del doceavo mes</i>	30

1. Contextualización del Problema

Aunque los viajes alrededor del mundo han vuelto a los niveles de 1990, con una caída de más del 60%, el choque de la pandemia en el turismo internacional todavía se siente, lo que lleva a una crisis económica en muchas partes del mundo. El turismo fue uno de los ámbitos más afectados y experimentó una caída similar a la de hace 30 años, lo que provocó pérdidas por más de 1 billón de dólares en viajes internacionales y una caída del PIB de 2 billones de dólares. (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Debido a la actual coyuntura se observa que la mejora en el Perú es bastante lenta. En el mes de enero 2023, llegaron a nuestro país más de 133 078 turistas de otras partes del mundo, teniendo un aumento de más 130% a comparación del año 2022. A pesar de ello, se tuvo un 65% menos que en el mes de enero del 2020 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2023).

Uno de los principales efectos de la pandemia es que muchos niños y jóvenes han crecido confinados lo que les ha llevado a una falta de autonomía y desarrollo emocional. La pandemia está afectando a los jóvenes todos los días: más de 45% pierde el deseo de realizar actividades que antes disfrutaban. Este evento tuvo un gran impacto y condujo al aislamiento. Por eso a muchos jóvenes les resulta difícil reconectarse y se sienten aislados en el mundo de la tecnología. (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. UNICEF, 2020).

No existen en el Perú organizaciones que ofrezcan programas para ayudar a los jóvenes a interesarse por el turismo sostenible. UNICEF (2021) refiere que existe un incremento del cuidado por el confort de los jóvenes adultos ante el aumento de horas delante de las pantallas. Si bien la tecnología ofrece oportunidades, también pone en riesgo la salud mental, lo que provoca menos actividad física, mala calidad del sueño y aumento de la ansiedad, entre otras cosas.

Sólo más del 30% de los residentes de los seis distritos de Lima cree que hace suficiente ejercicio. Las personas de 25 a 45 años que viven en los distritos de Miraflores, San Isidro, Centro de Lima, Jesús María, Lince y San Miguel consideran que el ejercicio es lo más importante. La encuesta también encontró que los encuestados preferían el movimiento al aire libre (marchar, andar en bicicleta, deportes de equipo, entre otros) que en interiores (gimnasio o casa).

Teniendo en cuenta todo lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras Arquitectura de Interiores y Publicidad/Marketing Digital, se ha decidido a dar la solución a los problemas, creando una aplicativo que permitirá planificar el itinerario de viajes con opciones sostenibles personalizadas, en donde se podrá visualizar actividades económicas locales, información sobre las áreas naturales y fauna en peligro de extinción, opciones del año con temporada donde hay menos visitantes. Todo esto les permite vivir la experiencia más personalizada, convirtiendo lo cotidiano en un producto turístico.

Esta contará con servicios de hospedajes, transporte, guías, opciones diferentes de actividades. Dentro del aplicativo se podrá encontrar el impacto que se realizó en los viajes, al momento de finalizarlo.

Finalmente se concluye, que se necesita solucionar el problema de desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana, creando una aplicativo en donde los motive a realizar viajes de una manera entretenida, innovadora y con experiencias sostenibles.

2. Justificación

Esta investigación se centra en resolver la problemática que perjudica a los jóvenes adultos que viven en Lima Metropolitana con desinterés sobre el Turismo Sostenible.

2.1. Justificación Social

En la actualidad el proyecto tiene el objetivo de evidenciar el distanciamiento de la generación z en relación con la sostenibilidad. Según Ramón (2021) rescató en su investigación que un grupo de los jóvenes de generación Z considera que: “La personas deberían tomar conciencia por el cuidado del medio ambiente” y “que cada persona puede influir en lo que le pasa al medio ambiente”. Por otro lado, un grupo considera que lo que está sucediendo es una exageración y que esperan que otros especialistas lo resuelvan. Ellos tienen una apreciación negativa y gravísima del momento y del posible resultado, pero justifican su escasez de compromiso, aduciendo que el cargo de conciencia principal en la disolución de los problemas cae en otras autoridades, como en el caso de las compañías y el gobierno, y que la repercusión de las acciones personales es mínima.

Por esta razón, se ha decidido enfocar la investigación en los jóvenes de la generación z de Lima Metropolitana, pues se considera que es un grupo de personas con muy poca o nula interés por el turismo sostenible. Ellos se verán beneficiados al recibir una propuesta creativa que ayude a interesarse por el consumo sostenible y, de esta manera, puedan ser capaces de generar una experiencia que tenga un impacto positivo.

Los usuarios podrán contar con un aplicativo que les ofrecerá hospedajes y tours enfocado en turismo sostenible sumándole la temática innovadora y dinámica, a través de una experiencia que fomente su interés por viajar.

2.2. Justificación Práctica

Conscientes de la importancia del rol de los jóvenes que actúan como agentes de cambio colectivo, desarrollo económico y avance, se nos hace importante impulsar la responsabilidad y liderazgo de los jóvenes. Cabe resaltar además que el uso de dispositivos tecnológicos en la generación z se ha hecho relevante en la participación en la resolución de los desafíos sociales, por ende, en el desarrollo de estos jóvenes que Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023) los considera como nativos digitales, con el fin de construir un camino en donde el potencial y voz puede generar cambios.

Esta investigación se centra en resolver la problemática que perjudica a los jóvenes adultos que viven en Lima Metropolitana con desinterés sobre el Turismo Sostenible.

2.3. Justificación Metodológica

Con la finalidad de resolver el problema de manera innovadora y creativa se ha utilizado la metodología Toulouse Thinking orientada en crear sistemas cíclicos sostenibles que se formen a un modelo de economía circular.

Se empleó la herramienta de contexto DPESTA que hizo posible que encontremos los factores importantes de cómo afecta al problema mencionado.

Luego se utilizó el mapa de actores como segunda herramienta, donde comprendimos todos los actores que existen dentro del tema y problema planteado.

Del mismo modo, otra herramienta que facilitó el desarrollo de la investigación fueron las encuestas realizadas a más de 80 personas. Se obtuvieron informaciones cuantitativas relacionadas al contexto y el problema.

Además, se utilizó la herramienta de entrevistas con preguntas estructuradas, lo cual nos permitió acceder a información como las creencias, experiencias y relaciones sociales que mantienen con la problemática.

Finalmente, se trabajó con la herramienta de lienzo tema, problema-reto para resumir la información del tema, problema, los insights y los arquetipos, donde nos permitió aterrizar a un reto de diseño.

3. Reto de innovación

Desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana.

3.1 Pregunta general:

¿De qué manera se podría solucionar el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana?

Preguntas específicas:

P1: ¿Qué materiales se necesitaría para crear un aplicativo Planieco que solucione el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana?

P2: ¿Qué actividades se podrían realizar con el aplicativo Planieco para solucionar el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana?

P3: ¿Qué tan efectivo sería crear un aplicativo Planieco que solucione el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana?

3.2 Objetivo general:

Crear un aplicativo Planieco que solucione el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos:

O1: Determinar qué materiales se necesitaría para crear un aplicativo Planieco que solucione el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana.

O2: Investigar qué actividades se podrían realizar con el aplicativo Planieco para solucionar el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana.

O3: Analizar qué tan efectivo sería crear un aplicativo Planieco que solucione el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Hernández, S. J. (2021) *El Turismo en la Era Digital: Las aplicaciones móviles como herramienta de innovación*. Para optar el título de licenciado en turismo. Universidad Nacional de San Martín Escuela de Economía y Negocios. Buenos Aires.

El objetivo consiste en entender e identificar los elementos que ayudan a incrementar el uso de los aplicativos móviles en el rubro de turismo y cómo éstas influyen en el marketing de los lugares turísticos y en la decisión tomada por los turistas.

La investigación concluye que los aplicativos móviles, internet, las TICs son factores de mucha importancia. Según los datos de las encuestas y las respuestas de las entrevistas que el uso de los mismos, marcan gran diferencia en la experiencia del viaje.

Las conclusiones son que la innovación es un tema importante para sobresalir dentro de la competencia. La tecnología dentro del turismo se caracteriza por adaptarse a los constantes cambios y evolución. Finalmente se

La utilidad de la tesis es que está relacionado al reto de innovación, ya que se puede identificar que es una solución viable, factible y sobre todo que es una manera que el público espera encontrar dentro de su experiencia.

Murillo y Pilligua (2019), *“Desarrollo de una aplicación móvil y una guía para potenciar la matriz productiva económica en el GAD del cantón Puerto López”*. Para optar el título de licenciado en Turismo en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador.

Este proyecto busca crear un aplicativo móvil que funcione como una guía turística, con el propósito de impulsar la economía del lugar elegido. Para ello se ha recopilado información, se desarrolló la app que incluye puntos de interés y datos importantes, y se ha promovido el destino turístico utilizando Tic's.

Las encuestas arroja una data que más de 75% de turistas no tiene conocimiento de los atractivos turísticos del cantón, de modo que más de 73% no recibió publicidad de los servicios. Por consiguiente, es importante implementar marketing del destino, a través de las plataformas digitales para mejorar la experiencia del usuario.

Se llega a la conclusión de que el aplicativo móvil es la solución del problema, generando efectivamente a la matriz económica del cantón. En este escenario, se creó la guía, mediante la

plataforma Unity, donde se obtuvo la aceptación y cumplimiento de los requisitos de los usuarios.

La utilidad de este trabajo radica en que es una solución práctica, realizable y sobre todo viable.

Molina, N. A. (2020). *“Propuesta de un espacio digital para difundir el turismo sostenible de la zona norte del Perú”*. Para optar el título profesional de licenciada en ciencias de la Comunicación. Universidad Señor de Sipán. Perú.

La meta principal es dar a conocer el turismo en el norte del Perú, siendo su principal interés las consecuencias en los visitantes de cada localidad, ya sea en lo económico, medioambiental y social, demostrando la importancia de convertirse en un turista sostenible y disminuir el impacto ambiental.

La investigación concluye que la mejor manera de dar a conocer el turismo sostenible es mediante las redes sociales, para poder tener una cercanía con los usuarios de manera diaria, por otra parte, los resultados asimismo indican que no hay mucho conocimiento sobre destinos turísticos en los espacios digitales.

Las conclusiones son que se propuso el desarrollo de un espacio digital llamado Eco Foraneos, el cual permitirá la difusión de información, por otro lado, este tema les interesa a los jóvenes con referencia a los viajes un 30% y 55% con relación al turismo.

La utilidad de la tesis será para guía de futuros proyectos con relación al turismo sostenible, a partir de piezas gráficas en el espacio digital.

Rodeas, A. (2018). “*Aplicación móvil con realidad aumentada, para el guiado turístico del centro arqueológico de Sondor en Andahuaylas*”. Para optar el título profesional de Ingeniero de Sistemas. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú.

El objetivo principal es realizar un aplicativo móvil con realidad aumentada como herramienta para el guía turístico para el centro arqueológico en Andahuaylas.

Las conclusiones extraídas de la investigación señalan que es muy importante el sistema operativo, teniendo un aporte en la difusión de historia para los visitantes.

Las conclusiones son que en su mayoría aplicaron el uso de la app en un dispositivo Android, diseñado en Blender, aplicándose en un futuro a otros sistemas operativos, ya que es una herramienta que muestra desde otra perspectiva el turismo sostenible.

La relevancia de la tesis radica en su capacidad para difundir otros sitios turísticos en la provincia de Andahuaylas, teniendo como base para otros próximos proyectos.

Tumbaco, S. K. (2018) *Análisis de factibilidad de la implementación de una aplicación móvil para el proceso de reserva de los servicios de turismo en la empresa Arrecife Marino S.A.* Para optar el título profesional de Ingeniero de Sistemas Computacionales. Universidad de Guayaquil. Guayaquil.

El objetivo consiste en investigar la viabilidad del uso de un aplicativo móvil para el desarrollo de reservas de las asistencias turísticas en la compañía Arrecife Marino S.A.

Los resultados de la investigación concluyeron que sus encuestados consideran que la aplicación móvil es ideal para promocionar el turismo y opinan que sería útil para verificar sobre disponibilidad de cupos en los tours sin tener que acercarse a una agencia de viaje.

Las conclusiones tratan de que los factores económicos, sociales y tecnológicos son esenciales para controlar a los clientes y la empresa. La empresa considera que el uso de una aplicación móvil enfocado en el servicio de reservas turísticas es una solución beneficiosa para automatizar el proceso de la compra y dar informaciones sobre los destinos turísticos.

Se eligió este estudio porque brinda información de calidad y la respuesta positiva de los usuarios sobre el uso de aplicación móvil en el sector turismo. Guarda similitudes con el proyecto actual, ya que se desarrollará la aplicación móvil para resolver el desinterés sobre el turismo sostenible.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Creación de un aplicativo móvil de turismo sostenible

Una aplicación móvil de turismo sostenible es una solución innovadora enfocada a planificar el itinerario de viajes con opciones sostenibles personalizadas.

Es una forma sostenible y de confianza para tener una experiencia inolvidable. Brinda experiencias con la naturaleza y regula la carga turística ambiental en los trayectos, evitando la congestión de personas en un solo lugar. (*Onda Cero, 2020*)

4.2.1.1 Conceptualización del aplicativo móvil

Los aplicativos móviles se han transformado en uno de los mejores instrumentos de interacción entre las empresas y sus usuarios objetivo. La razón es clara, la mayoría de los usuarios están acostumbrados a consumir y comprar contenidos a través de sus dispositivos.

La utilidad de las aplicaciones móviles en los negocios es muy importante en base a datos y beneficios tangibles. Por ejemplo, tener tu propia aplicación te hace sentir siempre más cerca

de tu público objetivo. Y la sensación es muy parecida para los usuarios que se acercan a sus marcas y empresas favoritas. (*Andalucía Información, 2020*)

4.2.1.2 Características del aplicativo móvil

4.2.1.2.1 Facilidad de uso

El aplicativo permitirá tener un uso fácil ya que dentro del aplicativo se encontrará con un menú lo cual se encuentra por categorías para que el usuario no tenga dificultad en buscar algo en específico y pueda tener una experiencia agradable y rápida. (*Twaino 2023*)

4.2.1.2.2 Creatividad y Experiencia

La creatividad es una habilidad humana para inventar o crear cosas, como objetos, ideas, expresiones o simplemente imaginación.

Esta se utiliza para crear efectos visuales, así como la creación de diseños, proyectos, publicidad, etcétera. Es importante para generar mayor interés y experiencia en el usuario, al interactuar con la aplicación. (*Editorial Etecé 2022*)

4.2.1.3 Tipos de la aplicación móvil

Apps Informativos: Un programa diseñado para realizar una tarea específica. Esto se debe a que las aplicaciones simplifican la forma de utilizar el sistema operativo. (*Tipse, 2021*)

Apps de Juegos: los aplicativos de juegos son desarrolladas para el entretenimiento de los usuarios. (*Fang, 2022*)

Apps Ejercicios: Estas Apps pueden ayudar a los usuarios a mantenerse motivados y comprometidos con sus objetivos de acondicionamiento físico.

Los aplicativos están desarrollados para que los usuarios se ejerciten de manera rápida y fácil sin salir de casa. (*Doonamis, 2023*)

Apps de Bancos: Desarrollado para el uso de los clientes de un banco, que ayuda con sus operaciones de manera rápida y fácil. (*Rootstack 2021*)

4.2.1.4 Actividades que propone un aplicativo móvil

4.2.1.4.1 Testimonios de clientes

Esta herramienta permitirá adicionar confianza a los clientes al momento de tomar una decisión, este también es clave para poder captar nuevos clientes. Asimismo, ayudará al aplicativo tener constante mejora para transformar la experiencia de los usuarios.

Los testimonios tienen el poder de hacer que lo que ofreces parezca probado y verificado, reforzando la fidelidad. (*Farooqui, 2021*)

4.2.1.4.2 Visualización de impacto

Permitirá a los usuarios a tomar conciencia y a escoger de manera más responsable las alternativas de viaje sostenible, ya que con esta herramienta los usuarios podrán medir al finalizar su viaje que tan responsable con los recursos naturales fue. Los usuarios con mayor porcentaje de sostenibilidad en los viajes obtendrán un descuento para uso en su próxima experiencia. Este porcentaje de descuento se medirá por niveles de más bajo (menos descuento) y más alto (mayor descuento), según los resultados obtenidos.

Al realizar los gráficos, les mostramos a las personas el valor de las piezas visuales, además de cambiar la forma estática de contacto, por algo más llamativo y novedoso. (Giraldo, 2020)

4.2.1.4.3 Itinerarios

El aplicativo contará actividades económicas locales, rutas indispensables, como también opciones de visita guiada o de manera independiente usando los recursos informativos en el espacio digital. Todo esto para asegurar y aprovechar al máximo todas las atracciones turísticas en cada viaje.

Una de las ventajas de contar con itinerarios, es que podrás conocer mayor cantidad de lugares, como también no te perderás de la visita de lugares indispensables y de la diversión. Como saber que documentos se necesita para realizar algún viaje, es un tema muy importante antes de viajar. (Galán, 2023)

4.2.1.4.4 Filtro de opciones

Se podrá acceder a una mejor organización de tiempo y dinero, ya que tendrá la opción de ordenar por monto para la medición de costo al momento de decidir por alguna alternativa, brindando las opciones de “Precio de menor a mayor” o “Precio de mayor a menor”. Con el fin de agilizar los tiempos de decisión. Esta es una forma sencilla de tener a la vista la información más relevante y solo observar los datos que desee (Galvanize, 2019)

4.2.1.5 Estrategias de comunicación en redes sociales

Ostelea, (2019) Las redes sociales son una herramienta esencial en el sector turístico que se puede aprovechar los beneficios que ofrece el mundo digital. Donde se puede crear una

conexión entre el usuario y la empresa desde cualquier lugar del mundo. Además, facilita la captación de nuevos clientes, incrementa el nivel de posicionamiento de la marca, aumenta el engagement y reputación de la marca.

La estrategia de comunicación en redes sociales ayudará en dar a conocer la aplicación móvil, la cual servirá para comunicar a la sociedad sobre la importancia del turismo sostenible e impactar a la audiencia con la propuesta única que tiene el aplicativo móvil. Se aplicará las siguientes estrategias: creación de contenidos de valor sobre el turismo sostenible en Perú, estrategia de influencers, mejorar el posicionamiento con hashtags de mayor alcance, contenidos interactivos, utilizar las tendencias actuales y campañas publicitarias en Meta Business Suite.

4.2.1.6 Importancia de crear un aplicativo de turismo sostenible

La aplicación móvil Planieco es importante porque se enfoca en solucionar el desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes de la generación z en Lima Metropolitana. Al realizar este proyecto Planieco ayuda a generar conciencia sobre el cuidado medioambiental y la responsabilidad cultural, incentivando a los jóvenes para que practiquen el turismo sostenible de una manera atractiva y beneficiosa para ellos. Además, ayuda a los negocios locales y provincias a generar ingresos, ya que a través de Planieco se promocionará los servicios y productos turísticos.

5. Beneficiarios

5.1 Directo

El modelo de negocio beneficiará directamente a jóvenes adultos de la generación z de Lima Metropolitana, con rango de edad de 22 a 35 años de NSE B y C.

5.2 Indirecto

Los Beneficiarios indirectos son los proveedores de servicios sostenibles en los locales turísticos.

5.3 Arquetipo del cliente

El público objetivo beneficiado, son los jóvenes que oscilan en edades entre 22 a 35 años, NSE B y C del sector de Lima metropolitana. Estos jóvenes adultos tienen un desinterés por el turismo sostenible, ya que le disgusta el esfuerzo que realizan al momento de buscar información, desconocen el impacto que tiene sus viajes, pero sobre todo normalizan los problemas medio ambientales porque han crecido escuchando mensajes negativos.

Andrea Chávez es una amante de los viajes y las redes sociales, tiene 25 años y reside en el distrito de Miraflores, actualmente trabaja en una empresa como analista de medios digitales.

En el transcurso de su vida se ha sentido poco interesada en el turismo sostenible, ya que siente que es complicado tener que buscar información, por otro lado, ella se siente interesada por las redes sociales, sobre todo en TikTok e Instagram, ya que por ese medio encuentra destinos que están en tendencia. Ella piensa que el lugar que visite tiene que cumplir con sus objetivos, ya poder difundirlo en sus redes sociales. Le molesta que cada vez que va de viaje se demora en organizarse y no encuentra planes perfectos y no cuenta con dinero suficiente como para realizar las actividades que está en su lista de deseo. Necesita planificar su viaje de manera perfecta y sentirse motivada a apoyar al cuidado medioambiental.

Los arquetipos fueron elaborados tomando como referencia toda la información recopilada de la etapa de la investigación, además de las entrevistas y encuestas, y el Mapa de Actores, el cual fue dividido en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: Son los jóvenes adultos de la generación z que son los consumidores potenciales del aplicativo móvil Planieco y los negocios sostenibles en el sector de turismo que serán los proveedores del modelo del negocio.

Sección 2 - Directos: Son entidades del gobierno como MINCETUR, Promperú, Caltur, Turismo Comunitario y Cenfortur estos se encargan de coordinar programas nacionales y la promoción de exportaciones, turismo y artesanía, también se encargan de apoyar y promocionar la imagen del Perú de manera turística, contribuyendo con el desarrollo del turismo sostenible. Las municipalidades locales están a disposición para apoyar a los pobladores y artesanos de la localidad. Finalmente, Economía Verde fomenta el desarrollo a favor de las personas y ambiente, proponiendo el diálogo en diversos actores públicos y privados.

Sección 3 - Indirectos: Son los medios de comunicación que serán el punto clave para promocionar el aplicativo móvil y captar la atención de los beneficiarios. Se considera al gobierno central como otro actor indirecto, ya que son los encargados de administrar, ejecutar y controlar las políticas de comercio exterior y de turismo. Finalmente, la sociedad peruana es actor indirecto puesto que, al fomentar el turismo sostenible en el Perú habrá beneficios en el sector turístico, comercio local y la economía local. Además, se va a difundir conciencia social sobre el valor de la sostenibilidad dentro del turismo y en general.

5.4 Cantidad de beneficiarios

El actual proyecto tiene como enfoque a jóvenes adultos de la generación z de Lima Metropolitana, el rango de edad es de 22 a 35 años con NSE B y C. (aproximadamente 5000 jóvenes adultos). Las cuáles serán escogidas en base al modelo de negocio que presenten.

6. Propuesta de Valor

Explicación del Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

6.1. Propuesta de valor

La creación de Planieco como servicio digital que conecta a jóvenes viajeros con negocios sostenibles a través de un aplicativo de manera atractiva y económica.

Acerca de Planieco:

Diseño de una interfaz digital (aplicativo) que muestra opciones turísticas con itinerarios que fomenten prácticas sostenibles, dentro del aplicativo encontraremos dos tipos de usuarios:

Jóvenes interesados en un viaje sostenible, se brinda opciones de servicios/productos para su itinerario, facilitamos su planificación de viaje.

Obtienen beneficios, promociones y descuentos según el nivel de sostenibilidad de su itinerario.

Proveedores ofrecen sus servicios/ productos. (Hospedaje, restaurante, tour, transporte, tiendas, etc)

Se clasifica y evalúa el nivel de sostenible de los proveedores con una rúbrica establecida.

6.2. Segmento de clientes

El principal segmento en el reto es: a) Jóvenes adultos de la generación z en el rango de edad es de 22 a 35 años de nivel socioeconómico B y C, que vivan en Lima Metropolitana. Muestran desinterés sobre el Turismo Sostenible, ya que les disgusta el esfuerzo que realizan al momento de buscar información. Como segundo segmento tenemos: b) Proveedores que ofrezcan sus servicios/productos sostenibles, ya sea hospedajes, restaurantes, tours, transporte, tiendas, etc. En caso de que los servicios que no sepan si son sostenibles, realizar una evaluación y clasificación con una rúbrica establecida.

6.3. Canales

Entre los canales a utilizar tenemos:

Aplicativo: Es el canal más importante entre proveedores de servicios y clientes. Consta de 2 interfaces, la primera interfaz es utilizada por los clientes y la segunda interfaz es utilizada por nuestros proveedores que brindan un servicio.

Redes sociales: Contenido relacionado a la empresa, tips, información de nuevos aliados, entre otros, por Tiktok e Instagram.

Publicidad: Espacio para dar a conocer el aplicativo para persuadir a los jóvenes adultos de la generación z.

6.4. Relación con los clientes

El servicio busca mantener un trato honesto, comprensivo, reflexivo y solidario, además será un espacio donde podrán ser libres al momento de personalizar sus viajes, sin imponer servicios ya listos, con el fin de que puedan acceder según su economía, dándole también seguridad al momento de tomar las opciones. En cuanto a los proveedores, es muy importante

ofrecer confianza y empatía, que proporciona mediante un servicio de atención al cliente personalizado, cercano e ininterrumpido.

6.5. Actividades clave

Desarrollo de un aplicativo móvil: Para su realización se necesita programación HTML5, CSS3 para el dinamismo y compatibilidad con diversos dispositivos. Para su desarrollo se empezaría por la ideación obteniendo las dimensiones de la app, teniendo en cuenta las necesidades del usuario y de los objetivos del aplicativo, luego se procede con el diseño de las distintas pantallas, la interfaz, diseño gráfico de la aplicación, dando prioridad a la experiencia de usuario.

Buscar alianzas clave: Consideramos a nuestros aliados como pieza clave para un mejor servicio para los jóvenes viajeros. Teniendo como aliados clave a Agencias turísticas, restaurantes, hospedajes etc, quienes podrán ofrecer los mejores servicios a los jóvenes viajeros. Se envía un correo, proponiendo la idea y explicando a más detalle del proyecto para que sean parte.

6.6. Recursos clave

Los recursos clave son la base del desarrollo de nuestro proyecto. Estos recursos son:

Servicios Profesionales: Desarrollador de app, Indecopi y branding.

Recursos de producción: Dominio hosting y patente de marca.

Recursos administrativos: Laptop y gastos notariales y registrales.

Recursos logísticos: Agencia de marketing para el diseño de los contenidos orgánicos, SUNAT, mantenimiento de APP.

Recurso financiero: Préstamo bancario, recursos propios o capital.

6.7. Aliados clave

Los aliados claves son:

Municipalidad local: Con su apoyo permitirá establecer una relación con los jóvenes adultos.

Alianzas estratégicas: Se busca tener convenios con Promperú y CENFOTUR, ya que como parte de nuestro objetivo también es seguir informando a las empresas sostenibles, mediante programas con cursos gratuitos y promociones para que puedan acceder a ellos.

Influencers sostenibles y veganos: Al establecer contacto con ellos, se podrá difundir y ayudar a las personas a tomar conciencia desde una perspectiva más objetiva.

6.8. Fuentes de ingresos

Para que la propuesta sea viable se han definido diferentes fuentes de ingreso las cuales son:

(a) Comisión de 10% por cada venta de servicio o producto de los negocios sostenibles dentro del aplicativo Planieco. (b) Espacio publicitario dentro del aplicativo. (c) Ingresos a través de suscripción Premium el cual brindará al cliente la versión sin anuncios. Además, se van a ofrecer múltiples descuentos y beneficios adicionales.

6.9. Presupuestos

Tabla 1. *Inversión inicial*

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Desarrollador del aplicativo	1	UND	S/5,000.00	S/5,000.00
2	Servicio de Branding	1	UND	S/600.00	S/600.00
3	Registro de marca en INDECOPI	1	UND	S/533.30	S/533.30
4	Dominio hosting	1	UND	S/741.18	S/741.18
5	Patente de marca	1	UND	S/545.00	S/545.00
6	Laptop	3	UND	S/2,000.00	S/6,000.00
7	Gasto notariales y registrales	1	UND	S/1,500.00	S/1,500.00
				TOTAL	S/14,919.48

Nota: Cabe destacar que se cuenta con un préstamo bancario de S/.18,000.00 que se pagará durante 18 meses con 22% de intereses.

Tabla 2. Gastos mensuales

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Servicio de redes sociales de Agencia de Marketing	1	UND	S/1,000.00	S/1,000.00
2	Presupuesto para pauta de publicidad	1	UND	S/1,500.00	S/1,500.00
3	Servicio de mantenimiento del aplicativo	1	UND	S/800.00	S/800.00
4	Impuestos SUNAT	1	UND	S/750.00	S/750.00
5	Sueldo personal del área comercial	1	UND	S/3,000.00	S/3,000.00
6	Sueldo personal del área marketing	2	UND	S/3,000.00	S/6,000.00
7	Sueldo personal del área administración	1	UND	S/3,000.00	S/3,000.00
8	Cuota del préstamo bancario por el monto de 18 mil soles con 22% de interés a 18 meses	1	UND	S/1,355.00	S/1,355.00
				TOTAL	S/17,405.00

Tabla 3. Ingresos del primer mes

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Comisión por ticket	200	UND	S/500.00	S/10,000.00
2	Espacio publicitario	1	UND	S/8,000.00	S/8,000.00
3	Suscripción premium	50	UND	S/9.90	S/495.00
				TOTAL	S/18,495.00

Tabla 4. Ingresos del tercer mes

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Comisión por ticket	400	UND	S/600.00	S/24,000.00
2	Espacio publicitario	1	UND	S/10,000.00	S/10,000.00
3	Suscripción premium	100	UND	S/9.90	S/990.00
				TOTAL	S/34,990.00

Tabla 5. Ingresos del sexto mes

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
------	-------------------------	----------	----	----------------	---------

1	Comisión por ticket	700	UND	S/700.00	S/49,000.00
2	Espacio publicitario	1	UND	S/12,000.00	S/12,000.00
3	Suscripción premium	200	UND	S/9.90	S/1,980.00
				TOTAL	S/62,980.00

Tabla 6. Ingresos del doceavo mes

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Comisión por ticket	1,200	UND	S/800.00	S/96,000.00
2	Espacio publicitario	1	UND	S/14,000.00	S/14,000.00
3	Suscripción premium	300	UND	S/9.90	S/2,970.00
				TOTAL	S/112,970.00

Nota: Según lo expuesto, se evidencia que el servicio es rentable ya que se recupera la pérdida del primer mes en el segundo mes, se abastece lo necesario para su función con nuestros ingresos mensuales y resulta sostenible para su futuro funcionamiento.

7. Resultados

Se obtuvo cumplir exitosamente con el reto de innovación, dado que se pudo resolver la problemática del desinterés sobre el turismo sostenible en los jóvenes adultos de la generación z

en Lima Metropolitana por el medio del aplicativo “Planieco” que permite planificar el itinerario de viaje de los usuarios y conectarlos con negocios sostenibles con el objetivo de ayudar a los negocios locales facilitando sus ventas e incentivar a los jóvenes viajeros que experimenten el turismo sostenible de manera atractiva y económica.

Se trabajó con personas reales del público objetivo elegido, en este caso con jóvenes adultos de 22 a 35 años de la generación z que residen en Lima Metropolitana, mediante encuestas, contenidos orgánicos en Tiktok y la aprobación directa de una empresa sostenible, en el cual compartieron sus dudas y sus opiniones con respecto a “Planieco”. En su totalidad se cumplió con el reto, ya que se recibió comentarios positivos, en donde expresaron su seguridad y confianza con respecto a la propuesta de solución expuesta, los clientes demostraron gran interés por saber más acerca del proyecto y la empresa mostró disposición al momento de brindarnos su tiempo e información relacionada a su negocio.

Los resultados fueron posibles gracias a la validación de encuestas en Google Forms, acompañada de una serie de preguntas, realizadas a un grupo del público objetivo para conocer su opinión como cliente consumidor. Se evidenció que gran porcentaje de los encuestados necesitan o han necesitado de servicios de viajes.

Como segunda validación del servicio, se subió un video para dar a conocer sobre Planieco como empresa y qué proponemos. Se expuso a través de la plataforma de Tik tok, teniendo un alcance positivo de comentarios y vistas, confirmando su interés en el aplicativo.

Como última validación, se envió un correo proponiendo nuestro proyecto de app para saber si estarían interesados, indicando los beneficios que obtendrán, teniendo como una respuesta positiva e interesada en el proyecto.

8. Conclusiones

Se obtiene como primera conclusión que el desinterés sobre el turismo sostenible, en los jóvenes adultos de la generación z es debido a que les disgusta el esfuerzo de buscar información y no consideran las opciones sostenibles.

Segunda se concluye que el aplicativo móvil es una plataforma ideal para los jóvenes de generación z con la finalidad de planificar sus viajes sostenibles de manera sencilla, atractiva y económica.

Tercera se concluye que los recursos apropiados para poder desarrollar el aplicativo son de producción, administrativo, logístico y financiero. Además, las actividades necesarias dentro de Planieco es poder planificar el itinerario de viaje como hospedajes, transporte, restaurantes, tiendas, entre otras, considerados como sostenibles y mostrar la visibilidad del nivel de sostenibilidad al finalizar los viajes de cada usuario.

A través de las entrevistas, encuestas y talleres generativos se concluyó que las recomendaciones de redes sociales influyen en sus decisiones de itinerario de viajes. Así mismo las personas involucradas en negocios sostenibles, necesitan un apoyo para aumentar su visibilidad y ventas de sus negocios de una manera que no necesite invertir una gran cantidad de dinero.

Finalmente se concluye que la creación de un aplicativo móvil es funcional y factible, ya que con este proyecto se logra que los jóvenes adultos respeten el triple balance en sus experiencias de turismo.

9. Bibliografía

Cinco razones por las que la tecnología impulsa a jóvenes a participar en asuntos sociales (2023, 9 de septiembre) Andina Agencia Peruana de Noticias

<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-48-de-la-poblacion-adolescente-de-12-a-17-anos-usuaria-de-internet-son-mujeres-7527/>

Doonamis (2023, 25 enero) Desarrollo de App.

<https://www.doonamis.com/apps-deporte-generaran-beneficios-proximos-anos/#:~:text=Acceso%20a%20informaci%C3%B3n%3A%20Las%20Apps,sus%20objetivos%20de%20acondicionamiento%20f%C3%ADsico>

Editorial Etecé (2022, 14 Julio). Te explicamos qué es la creatividad y cuál es la importancia del pensamiento creativo.

<https://concepto.de/creatividad-2/>

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] (2021, 8 de febrero) Aumenta la preocupación por el bienestar de los niños y los jóvenes ante el incremento del tiempo que pasan frente a las pantallas

<https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/aumenta-la-preocupaci%C3%B3n-por-el-bienestar-de-los-ni%C3%B1os-y-los-j%C3%B3venes-ante-el>

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] (2020) El impacto del COVID-19 en la salud mental de adolescentes y jóvenes

<https://www.unicef.org/lac/el-impacto-del-covid-19-en-la-salud-mental-de-adolescentes-y-j%C3%B3venes>

Escuela de Turismo, Eventos y Hostelería. (2020, 22 de diciembre). Las redes sociales, estrategias de marketing turístico.

<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/las-redes-sociales-estrategias-de-marketing-turistico>

Galan, M (2023, abril 24). Ventajas y desventajas de viajar por tu cuenta o con una agencia. El país.

<https://elpais.com/elviajero/2023-04-25/ventajas-y-desventajas-de-viajar-por-tu-cuenta-o-con-una-agencia.html#:~:text=Las%20agencias%20ofrecen%20paquetes%20variados,personas%20est%C3%A1n%20dispuestas%20a%20pagar.&text=Conocer%20los%20lugares%20m%C3%A1s%20tur%C3%ADsticos>

Galvanize (2019, 18 de octubre). Filtrado rápido de datos en una vista

https://help.highbond.com/helpdocs/analytics/141/user-guide/es/Content/analyzing_data/sort_filter_search/quick_filtering_data_in_a_view.htm

Giraldo, R. (2020) El diseño gráfico en estrategias comunicativas institucionales: Propuestas para el proceso creativo de piezas gráficas eficaces en la Oficina de Egresados de la Universidad Santo Tomás [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás] Repositorio Universidad Santo Tomás

<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/30082>

Hernández, S. (2021). El Turismo en la Era Digital: Las aplicaciones móviles como herramienta de innovación [Tesis de título, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional de la UNSAM.

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1497/1/TFPP%20EEYN%202021%20HSJ.pdf>

Importancia de las apps móviles en la actualidad y consejos para contratar su desarrollo (2022, 1 de agosto) Andalucía información

<https://andaluciainformacion.es/sociedad/1067100/importancia-de-las-apps-moviles-en-la-actualidad-y-consejos-para-contratar-su-desarrollo/>

La Organización Mundial del Turismo [UNWTO] (2020, 17 de diciembre) El turismo retrocede a niveles de 1990 con una caída en llegadas del más del 70%

<https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-retrocede-a-niveles-de-1990-con-una-caida-en-llegadas-del-mas-del-70>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023, febrero) Reporte Mensual del Turismo 2023

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4475768/RMT_Enero_2023.pdf

Molina, N. A. (2020). Propuesta de un espacio digital para difundir el turismo sostenible de la zona norte del Perú [Tesis de título profesional de licenciada, Universidad Señor de Sipán] Repositorio Universidad Señor de Sipán

<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7807>

Murillo y Pilligua (2019), Desarrollo de una aplicación móvil y una guía para potenciar la matriz productiva económica en el GAD del cantón Puerto López. [Tesis de licenciado, Universidad Estatal del Sur] 1 library

<https://1library.co/document/zp250loy-desarrollo-aplicacion-movil-turistica-parapotenciar-productiva-economica-canton.html>

Onda Cero Palencia. (2023, 23 de setiembre). La App Wosphere- ecoturismo ofrece un total de 22 visitas- experiencias seguras y sostenibles.

https://www.ondacero.es/emisoras/castilla-y-leon/palencia/noticias/app-wosphere-ecoturismo-ofrece-total-visitas-experiencias-seguras-sostenibles_202009235f6b7b07d0cd870001f44151.html

Ramón, C. (2021) Las actitudes de los jóvenes hacia el medioambiente. Un proyecto competencial para transitar hacia la sostenibilidad [Tesis de Máster Universitario de Formación del Profesorado] UIB Repositori

<https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/157692?show=full>

Rockcontent. (2020, 11 de setiembre). Visualización de datos: lo que necesitas saber para presentar datos de manera sencilla y asimilable.

<https://rockcontent.com/es/blog/visualizacion-de-datos/>

Rodeas, A. (2018). Aplicación móvil con realidad aumentada, para el guiado turístico del centro arqueológico de Sondor en Andahuaylas. [Tesis de título profesional, Universidad Nacional José María Arguedas] Repositorio Universidad Nacional José María Arguedas

<https://repositorio.unajma.edu.pe/handle/20.500.14168/332>

Tipos de Aplicaciones Móviles y Ejemplos (2021) Tipse

<https://tipse.com.pe/tipos-aplicaciones-moviles/>

Tumbaco, S. (2018). Análisis de Factibilidad de la Implementación de una Aplicación Móvil para el Proceso de Reserva de los Servicios de Turismo en la empresa Arrecife Marino S.A. [Tesis de título, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36859/1/SARA-TUMBACO-CHILAN.pdf>

Twaino (2023). Definición fácil de usar.

<https://www.twaino.com/es/definicion/u/definicion-facil-de->

[usar/#:~:text=La%20facilidad%20de%20uso%20es,m%C3%A1s%20f%C3%A1cil%20de%20usar%20ser%C3%A1.](https://www.twaino.com/es/definicion/u/definicion-facil-de-usar/#:~:text=La%20facilidad%20de%20uso%20es,m%C3%A1s%20f%C3%A1cil%20de%20usar%20ser%C3%A1.)

Zahid, F. (2021, 17 de diciembre). Wow! Customer Experience

<https://www.wowcx.com/el-poder-de-los-testimonios-de-los-clientes/>

10. Anexos

SEMANA 2
CONTEXTO DPESTA

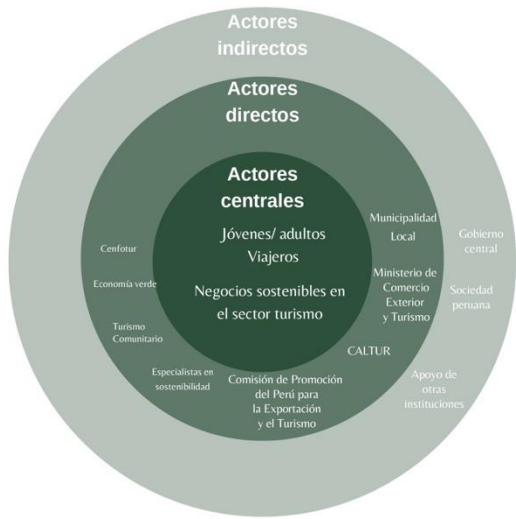
	INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
D DEMOGRÁFICO	Según el Observatorio Turístico del Perú, el sector turismo es uno de los sectores próspero de ingresos, siendo en el 2019 más del 3% del PBI	El Mincetur, indicó que el rubro turístico en el Perú está conformado por jóvenes, entre las edades de 19 a 33 años de edad. Esto se rescató de un estudio "jóvenes 2015 turismo interno"	Se esperaba que para el año pasado se incrementara la visita de extranjeros, pero se recibió el 60% de lo esperado, según el Mincetur. Este monto aún no supera desde la caída de la pandemia, recibiendo más de 4 millones de turistas de todo el mundo.
P POLÍTICO	El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ayuda a programas relacionados con los turistas agrarios. La inversión es más de 5/45 millones en el periodo 2016, aportando de manera influyente a más de 150 mil pobladores a nivel nacional	El Mincetur, indicó que todos años entregará un monto para subvencionar a las pequeñas empresas de turismo, para el uso medioambiental, avance económico y crecimiento de lugares turísticos. Siendo hasta el periodo superior del 2024, por un Decreto Supremo.	El propósito es dar buenos servicios a los turistas tanto internacionales y nacionales, Mincetur convocó operativos para asegurar la correcta atención a los visitantes de Lima .
E ECONÓMICO	Hasta un par de años, los ingresos por pasos destacan en la expedición del ámbito primario y se encontraba en un 20% por arriba de lo que desea alcanzar en demanda al salir la producción del petróleo.	En el Perú, las diversas acciones turísticas proporcionan más del 3% al PBI, dando trabajo a más de 8% de personas con actividad económica. Esto demuestra lo importante que es el turismo en todo el país. Nuestro país tiene las herramientas para seguir creciendo en el PBI en el sector turístico.	Tras la disminución de la pandemia, se tenía la meta de reactivar el turismo, pero debido al apuro político actual, sucedió todo lo contrario, bajando en consideración el turismo en el Perú, ocasionando pérdidas monetarias, según PromPerú.

SEMANA 2
CONTEXTO DPESTA

	INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
S SOCIOCULTURAL	Respetar la singularidad sociocultural de las comunidades de acogida, salvaguardar sus valores tradicionales y culturales y promover la tolerancia intercultural.	PROMPERÚ toma medidas para promover experiencias turísticas sostenibles. A través de alianzas con organizaciones como SRNAMP que promueven el desarrollo sostenible en el país.	El presidente estatal A. Apavits dijo que los turistas buscan otros países vecinos para pasar sus vacaciones, perdiendo así la oportunidad de ir a otros países vecinos, porque las protestas sociales obstaculizan la actividad de la industria turística e impiden a los extranjeros llegar a sus destinos turísticos. Estos turistas pueden dejar divisas en el país.
T TECNOLÓGICO	En nuestro país se realizó el primer Startup centrado en el turismo. Se tuvo el objetivo de tratar problemas de ese rubro, para poder tener mejoras de manera innovadora (PromPerú)	ToditoPerú ha ganado el Festival Inspira organizado por el Consejo de Promoción Turística y Exportadora del Perú, un festival que te permite llevar tu proyecto al mundo.	La tecnología permite a los viajeros estar más informados y participar activamente en los preparativos de viaje. Hoy en día, los turistas son más exigentes, tienen diferentes opciones y poder de negociación.
A AMBIENTAL	Perú ha practicado con éxito el turismo sostenible en muchos lugares donde las reservas naturales sirven como puntos de referencia nacionales para el desarrollo sostenible. Resulta que estas áreas no solo brindan servicios eco sistemicos, sino que también son una fuente de ingresos económicos.	Las reservas naturales de nuestro país preservan una rica biodiversidad, y el uso sostenible de esta biodiversidad contribuye al avance de las comunidades cercanas a estos espacios naturales y a la mejora de la calidad de vida, como lo demuestran las numerosas obras realizadas en los últimos tiempos.	Los desastres ambientales, el cambio climático y la deforestación son otros daños importantes al medio ambiente del Perú. La expansión agrícola, la urbanización y la tala ilegal provocaron la destrucción de más de 200.000 hectáreas de bosque y biodiversidad, según el INEI.

SEMANA 3 MAPA DE ACTORES

Realiza un mapa para entender todos los actores que nos encontramos en relación el tema y problema planteado. Observa qué relación tienen con respecto al tema (central, directos o indirectos)



SEMANA 3 PLAN DE INVESTIGACIÓN CENTRADA EN PERSONAS

¿Qué quiero aprender? Define el objetivo de la herramienta de investigación	Método ¿Qué método utilizarás para levantar la información?	Característica de la muestra ¿Cómo es el perfil de las personas que serán reclutadas? Sé específico	Recursos ¿Qué materiales necesito para ejecutar esa herramienta de investigación?
Para saber qué hacen en que invierten en su tiempo libre	80 encuestas	Jóvenes adultos (20 años a más) que tengan la posibilidad y el tiempo para visitar lugares	Computadora Internet Google Form
Para saber que los motiva a realizar actividades en su tiempo libre	10 Entrevistas	Personas jóvenes adultas (de 20 años a más) y cuenta con tiempo para la entrevista.	Computadora Internet ZOOM/MEET
Observar lugares que visita	3 Observación es de campo	Personas que viven Lima Metropolitana, a donde van los fines de semana o feriados	Movilidad Cámara Libreta de apuntes
Dinámica de manera virtual de CMO SORTING	2 Talleres generativos	Jóvenes y adultos (18 a 25 años) que utilizan plataformas digitales	Computadora Internet ZOOM/MEET

SEMANA 3 GUIÓN ENCUESTA

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma

Hola, somos estudiantes de Toulouse Lautrec. Estamos realizando esta encuesta para nuestro trabajo final del Proyecto Innovation Challenge.

Tomará entre 5 a 10 minutos aproximadamente. Es importante tener en cuenta que no hay respuestas correctas o incorrectas, por lo tanto, su opinión espontánea y sincera nos ayudará a recolectar las mejores respuestas.

La información brindada será utilizada solamente con fines estrictamente académicos y será utilizada de forma estadística y no personal.

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).

PERFIL DE LA ENTREVISTADA

- ¿Cuántos años tienes?
- Género
 - Hombre
 - Mujer
 - Prefiero no decirlo
- ¿Dónde resides?
 - Lima Sur
 - Lima Norte
 - Lima Centro
 - Lima provincia
 - Otro

Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

¿Cuánto tiempo le dedicas a conocer lugares?

ESTADO LABORAL

¿A qué te dedicas?

ACTIVIDADES PERSONALES

- ¿A qué te dedicas en tu tiempo libre?
 - Fútbol
 - Fútbol
 - Comer
 - Ver películas en casa
 - Ver televisión
 - Ver series
- ¿Qué tan seguido visitas lugares?
- ¿Qué te motiva visitar un lugar?
- ¿Qué no te motiva visitar un lugar?
- ¿Con qué personas sueles realizar viajes/turismo?
- ¿Qué planes en el futuro tienes?
 - Economía
 - Inversión
 - Comercio
 - Inversión
 - Seguridad
 - Otro
- ¿Alguna vez has realizado turismo en Lima Metropolitana?
- Si tu respuesta fue no, ¿Por qué no te motiva visitar un lugar?

SEMANA 3 GUIÓN ENTREVISTA

Introducción: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización

Sección 1: Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.

Sección 2: Son preguntas más profundas y específicas.

Sección 3: Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones

Cierre: Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.

Hola, somos estudiantes de Toulouse Lautrec. Estamos realizando esta encuesta para nuestro trabajo final del Proyecto Innovation Challenge.

Tomará entre 40 - 45 minutos aproximadamente. Es importante tener en cuenta que no hay respuestas correctas o incorrectas, por lo tanto, su opinión espontánea y sincera nos ayudará a recolectar las mejores respuestas.

La información brindada será utilizada solamente con fines estrictamente académicos y será utilizada de forma estadística y no personal.

Para esto necesito tu permiso de poder grabar la entrevista, ¿me la concedes?

- ¿Cuál es tu nombre?
- ¿Qué edad tienes?
- ¿A qué te dedicas?
- ¿En qué distrito vives?
- ¿Con quién vives?

- ¿Cuánto tiempo libre tienes?
- ¿En tus vacaciones que actividad realizas?
- ¿Qué te motiva en conocer un lugar?
- ¿Has salido a otro país? Si la respuesta fue sí, ¿Qué te motivó a realizar ese viaje?
- ¿Alguna vez hiciste un viaje o paseo dentro de Lima? Cuéntanos tu experiencia
- ¿En tus tiempos libres que realizas?
- ¿Cómo planificas una salida?
- ¿Qué no te motiva en conocer un lugar?
- ¿Qué factores tomas en cuenta al visitar algún lugar?
- ¿Qué redes sociales son las que más usas?
- ¿Tu entorno influye en tu decisión final?
- ¿Crees que tus ingresos te alcanzan para tus hobbies?
- ¿Cómo organizas tu dinero?
- ¿En qué gastas y cuánto gastas?
- ¿Consideras que si organizas bien tus gastos te alcanza para viajes?
- ¿Consideras que si organizas bien tus gastos te alcanza para viajes?
- ¿Consumirías servicios o productos sostenibles?

- ¿Cuáles son tus expectativas para tu siguiente viaje?
- ¿Consideras que las redes sociales influyen en tu decisión de visita a algún lugar?
- ¿Confías en las plataformas web que brindan ofertas de servicios turísticos?
- ¿Te interesa los temas sostenibles o medio ambientales?
- ¿Tiene algún comentario o una experiencia que nos desea compartir para culminar con la entrevista?

SEMANA 3 GUIÓN TALLER GENERATIVO PARA COMPRENDER

Introducción a la dinámica:
Explica de manera simple y clara quienes son ustedes, qué es lo que están queriendo entender, para qué y las partes del taller

Buenas tardes, somos un grupo de estudiantes que realizan una investigación, en la cual queremos saber en qué inviertes tu tiempo libre

- Dinámica: plantea y diseña una dinámica para tu propio taller generativo, puedes utilizar dinámicas cualquier dinámica que se base en la cocreación: crear un storytelling, actuar una situación o servicio, crear una maqueta, etc.
- Explicación de la definición de las ODS
 - Explicación de la definición de la ODS elegida
 - Contar el concepto de turismo sostenible.
 - Proponer a los participantes que realicen una lluvia de ideas como visualizarán el app.

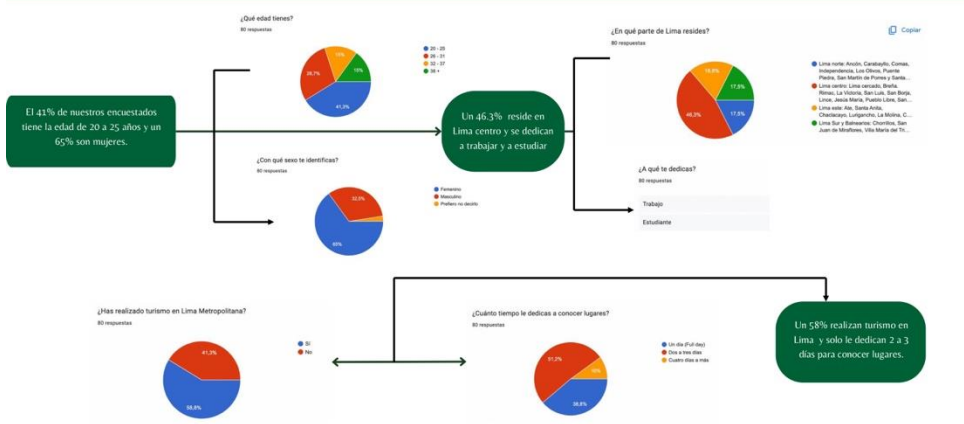
Cierre: Pídele a las personas que presenten el trabajo realizado. Aprovecha para lanzar preguntas que permitan profundizar en las respuestas.

Cada participante nos presentan sus ideas, de propuestas para nuestra solución (página web/app)

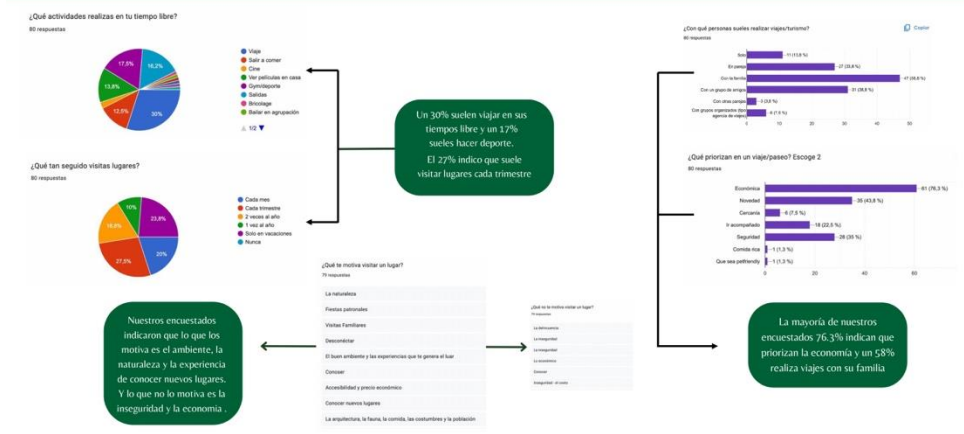
SEMANA 3 DIARIO DE OBSERVACION

Día - horario - Lugar de la observación	Descripción del lugar	Descripción de las personas	Elementos y eventos observados: actividades, quehaceres, acciones, interacciones, comportamientos, situaciones, aspectos "normales" y "no normales", entre otros
9 de Setiembre - 3pm - Miraflores	Miraflores: es uno de los distritos más modernos de Lima y uno de los pocos privilegiados que cuentan con vista al mar.	Jóvenes/adultos (20 años a más) interesados en realizar salidas los fines de semana.	<ul style="list-style-type: none"> - Parejas haciendo picnic en malecón. - Familias realizando fiesta de perros. - Extranjeros mochileros caminando por el parque y comprando accesorios artesanales. - Grupo de amigas realizando sesiones de foto. - Surfistas bajando a la playa con su tabla en wetsuite. - Realizando actividades físicas: montar bicicleta, skate, yoga, ejercicio, correr, etc. - Extranjeros preguntando a los penanos donde se ubica los lugares.
10 de setiembre - 4pm-Magdalena	Magdalena del Mar: Magdalena representa la exquisita combinación de tradición y modernidad. Aún conserva una envidiable arquitectura de antaño y guarda datos históricos muy interesantes.	Jóvenes/adultos (20 años a más) interesados en realizar salidas los fines de semana.	<ul style="list-style-type: none"> - Amigos se reúnen para ver el mar y conversar. - Parejas realizan picnic. - Se trasladan en bicicletas. - Madres llevan a sus hijos al parque a la zona de juegos. - Adolescentes salen a pasar a sus perros. -Se reúnen para ver el atardecer. - Salen persona a correr por el malecón - Los jóvenes tratan de buscar los mejores lugares para ver el sunset. - Se retiran después de ver el atardecer.
10 de setiembre - 4pm- Pachacamac	Pachacamac: El distrito de Pachacamac tiene algunas zonas de nivel socioeconómico medio, como son las zonas alejadas a los valles y ríos de Lurín	Jóvenes/adultos (20 años a más) interesados en realizar salidas los fines de semana.	<ul style="list-style-type: none"> - Familias completas y mascotas. - Paseo en cuatrimotos. - Se reúnen para hacer caminata. - Disfrutan del recorrido y se toman fotos. - Saben el cerro verde. - Amigos se reúnen para disfrutar de la caminata. - La mayoría tiene su propia movilidad - Llevan bebidas calientes y algún snack, comparten entre ellos.

SEMANA 4 DESCARGA DE DATOS



SEMANA 4 DESCARGA DE DATOS



12 PROBLEMAS Y CONSUMO RESPONSABLES

META ESPECÍFICA O DE LA ODS

12.8 Elaborar y aplicar instrumentos para medir los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza

TEMA

Fomentar el Turismo Sostenible en los jóvenes adultos de generación z que viven en Lima Metropolitana.

1. PROBLEMA

Desinterés sobre el Turismo Sostenible en los jóvenes adultos de generación Z que viven en Lima Metropolitana.

2. PRICIPALES HALLAZGOS

A nivel mundial, los viajes regresan a los grados del 1990 con un descenso cercano del 70%. Hasta el día de hoy, se sigue observando las consecuencias de la pandemia en el turismo internacional, ocasionando una crisis económica en todas partes del mundo. (Organización Mundial del Turismo, 2020).

En el Perú no existe alguna organización que brinde programas que ayuden a los jóvenes adultos a motivar el interés por el turismo sostenible.

Solo el 40% de limeños de seis distritos consideran que se ejercitan lo suficiente. Las personas entre los 25 y 45 años son los que más consideran importante ejercitarse. El estudio también reveló una preferencia por realizar actividades al aire libre.

No me permite costear un viaje porque no ingreso más ingresos y hago gastos innecesarios.

Tienen un desinterés por el turismo sostenible, ya que le disgusta el esfuerzo que realizan al momento de buscar información.

3. ARQUETIPO

DOLORES

• Edad: 40 años.
• Vive con su familia en Iquitos.
• Tiene su restaurante sostenible en Iquitos.

GAINS

• Quiere que más viajeros consuman lo sostenible.
• Necesita una guía para seguir aprendiendo sobre sostenibilidad para aplicarlos a su negocio.
• Quiere que la sociedad sea más consciente sobre la sostenibilidad.

4. INSIGHT

Le da flojera de buscar y recurrir a los mismos lugares de siempre.

Los jóvenes adultos desean conocer el impacto de sus viajes y quiere hacerlo.

5. RETO DE DISEÑO

¿Cómo podríamos captar la atención de los jóvenes adultos de generación z para que muestren interés hacia el turismo sostenible de manera innovadora y fácil?

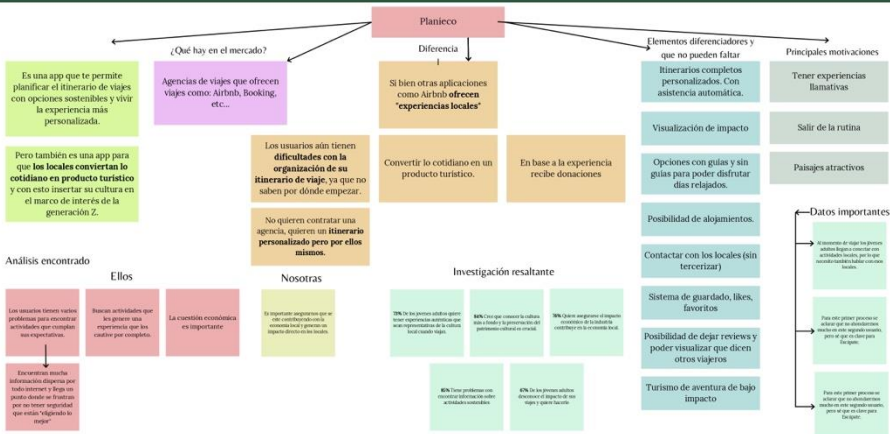
DOLORES

• Le duele ver la preocupación de su mamá cuando no realiza ventas.
• Le molesta que en su distrito no impulsa el turismo.
• Le duele sentir que se olvidan de su distrito.
• Le duele la falta de organización turística por parte de las autoridades.

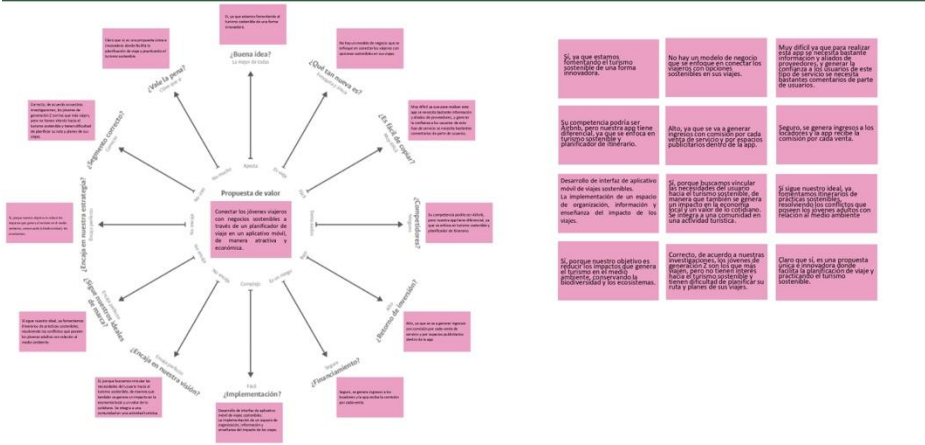
GAINS

• Necesita que más clientes le compren los productos que ofrece.
• Necesita más tiempo para ayudar a su mamá.
• Quiere buscar la forma de generar más ingresos.
• Necesita terminar sus estudios pronto.

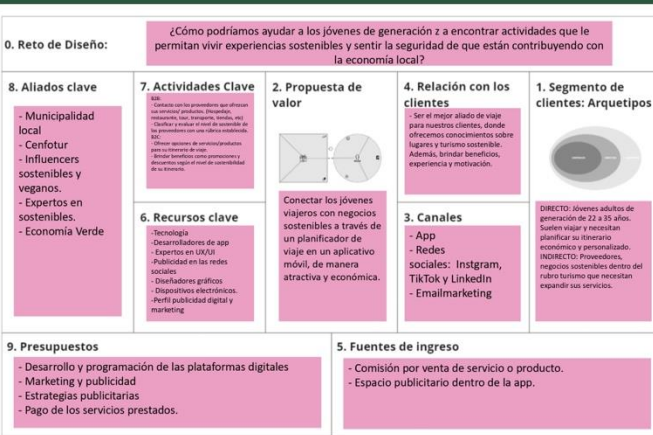
SEMANA 9 IDEACIÓN- DESARROLLO



SEMANA 11 AUTOEVALUACIÓN - IDENTIFICAR EL NIVEL DE INNOVACIÓN



SEMANA 12 AUTOEVALUACIÓN - IDENTIFICAR EL NIVEL DE INNOVACIÓN



SEMANA 13 PROTOTIPOS - TEASER- VALIDACIÓN DE SERVICIO

INTRODUCCIÓN DINÁMICA

¡Bienvenido estimad@!
Somos un proyecto de empresa enfocado en dar a conocer servicios completos y conectar a los jóvenes viajeros con negocios sostenibles a través de un planificador de viaje en un aplicativo móvil, de manera atractiva y económica.
Nos interesa saber tu opinión acerca de este proyecto. Mira nuestro teaser, rellena esta breve encuesta y dínos qué piensas (las respuestas son anónimas).

DINÁMICA

PREGUNTAS GENERALES

- Indica tu género
- Indica tu edad
- ¿Dónde resides? (Distrito)

OPINIONES SOBRE EL SERVICIO

¿Has necesitado de un aplicativo para realizar tus actividades en un viaje, ya sea tour, movilidad taxi, restaurante, etc alguna vez?
¿Por qué razones utilizarías una plataforma digital para realizar un viaje?
¿Estarías interesado en utilizar una plataforma en la cual puedas planificar tu viaje de manera fácil, económica y sostenible?
¿Cuáles son las actividades viajeras que te gustaría realizar o por las que buscarías más ayuda para poder realizarlas?

CIERRE

¿Tienes algún comentario adicional que te gustaría compartir sobre el servicio que proponemos o cualquier otra sugerencia que tengas?

REFERENTE A NUESTRA PROPUESTA

¿Conoces las dificultades que enfrentan los turistas al momento de realizar un viaje? Comenta.
¿Qué te parece la idea de crear una plataforma digital que tenga el objetivo de reducir los impactos que genera el turismo en el medio ambiente, conservando la biodiversidad y los ecosistemas?
¿Qué te parece la idea de dar a conocer servicios locales involucrados con el medio ambiente a través de una plataforma digital?
¿Qué te parece la idea de poder visualizar y medir impacto ambiental que tienes al momento de realizar un viaje?
¿Conoces otros servicios similares que ayudes a jóvenes, adultos a planificar el itinerario de viaje con opciones sostenibles y con la experiencia más personalizada?
¿Qué factores serían los más importantes para ti, al elegir un servicio como este?
¿Te gustaría recibir actualizaciones o promociones de nuestros servicios de viajes sostenibles?
¿Te gustaría conocer más sobre nosotros?

SEMANA 13 PROTOTIPOS – TEASER - VALIDACIÓN DE SERVICIO - ENCUESTA



SEMANA 13 PROTOTIPOS – TEASER - MODELO DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN DINÁMICA

Bienvenido estimad@!
Somos estudiantes de Toulouse Lautrec, donde estamos realizando un modelo de negocio enfocado en dar a conocer servicios completos y conectar a los jóvenes viajeros con negocios sostenibles a través de un planificador de viaje en un aplicativo móvil, donde el usuario podrá comprar paquetes de hospedajes, tour, restaurantes, etc de manera atractiva y económica.

DINÁMICA

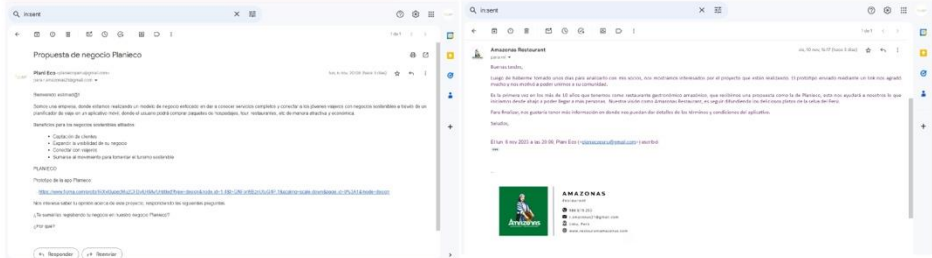
Beneficios para los negocios sostenibles afiliados:
- Captación de clientes
- Expandir la visibilidad de su negocio
- Conectar con viajeros
- Sumarse al movimiento para fomentar el turismo sostenible

PLANIECO
Prototipo de la app planieco:
<https://www.figma.com/jason/9W0qpcMu2C0yUuMhUj/midwTqpc-0eas0?node-id=1-481&type=design#comment:1804262>
<https://www.figma.com/jason/9W0qpcMu2C0yUuMhUj/midwTqpc-0eas0?node-id=1-481&type=design#comment:1804262>

CIERRE

¿Tienes algún comentario adicional que te gustaría compartir sobre el servicio que proponemos o cualquier otra sugerencia que tengas?

SEMANA 13
 PROTOTIPOS – TEASER - MODELO DE NEGOCIO - ENTREVISTA



SEMANA 13
 PROTOTIPOS – TEASER - EL PRODUCTO

INTRODUCCIÓN DINÁMICA

Utilizaremos Figma APP para realizar el teste de los usuarios para nuestro prototipo que les permitirá poder interactuar con la interfaz del aplicativo.

<https://www.figma.com/proto/IRXvIOupecMu2CFDyU4Mv/Untitled?type=design&node-id=1-481&from-viewer=UUGAP1&scaling=scale-down&page-id=0%3A1>

DINÁMICA

INTERFAZ

- ¿Con qué frecuencia solicitas algún servicio turismo cuando viajas?
- ¿Alguna vez has utilizado algún App para pedir algún servicio que te permita planificar un viaje?
- Estás a punto de ver un ejemplo interactivo de nuestra app.
- Navega en la app Planieco, donde se podrá realizar tu itinerario personalizado y sostenible.

OPINIONES

- ¿Cómo te pareció el proceso para realizar tu itinerario sostenible?
- ¿Cómo mejorarías la experiencia?
- ¿Qué te pareció el diseño de la app Planieco?

CIERRE

¿Tienes algún comentario adicional que te gustaría compartir sobre el servicio que proponemos o cualquier otra sugerencia que tengas?

SEMANA 13
 PROTOTIPOS – TEASER - EL PRODUCTO – ENCUESTA PRÁCTICA

