

# CREACIÓN EMPRESA APP ECOHUELLA TURÍSTICA

YOHANA KATHERINE GÜIZA

JOHAN ANDRES HERNANDEZ

CAMILO ANDRES PEÑA



ESCUELA DE NEGOCIOS Y CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CREACIÓN DE EMPRESAS 1 - MODELOS DE INNOVACIÓN BOGOTÁ

2020

## TABLA DE CONTENIDO

COMPROMISOS DE LOS AUTORES .....	1
RESÚMEN EJECUTIVO .....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
OBJETIVO GENERAL .....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
CLAVES PARA EL ÉXITO .....	5
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio .....	6
1.1 Objetivos del desarrollo sostenible .....	7
1.2 Teoría del valor compartido .....	8
1.3 Tecnologías disruptivas.....	8
1.4 Análisis del sector económico .....	9
2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad .....	10
2.1 Árbol de problemas y objetivos.....	11
Actores involucrados .....	11
Problema central .....	12
Árbol de problemas .....	12
Pregunta problema.....	12
Árbol de Objetivos .....	13
3. Descripción de la idea de negocio técnica ideación .....	14
Autoevaluación idea de negocio .....	15
Estructura de la idea .....	15
4. Innovación.....	16
Alternativas ideas de negocio e estrategias de innovación .....	16
Competencia .....	17
Alternativas idea de negocio según la competencia .....	18
Idea de negocio más prometedora e innovadora .....	19
5. Fuerzas de la industria .....	19
5.1 Contextualización de la empresa.....	19
5.2 Análisis de la demanda Influencias internas .....	20

5.3 Análisis de la oferta.....	22
Principales características de la oferta. ....	23
5.4 Análisis de la comercialización .....	24
5.5. Análisis de la comercialización de proveedores.....	24
6. Segmentación de mercado .....	25
Bondades del producto (bien o servicio) .....	25
Reflexión Validación Cliente.....	28
7. Propuesta de Valor Perfil del cliente .....	29
Mapa de valor .....	30
8. Diseño del producto Definición Estratégica .....	31
Diseño de concepto Materiales y maquinaria .....	31
Diseño en detalle.....	32
Diagrama en bloques proceso de producción.....	32
Cadena de distribución .....	32
Indicadores de Calidad producto y servicio App Turistica: .....	33
Producción: Brochure .....	34
8.1 Ficha Técnica .....	35
8.2 Ciclo de vida.....	35
9. Precio de venta.....	35
10. Prototipo .....	36
11. Modelo Running Lean .....	40
12. Validación de ideas de negocio .....	41
Análisis del LeanCanva.....	42
Hipótesis implementada.....	43
Tipo de Investigación a realizar.....	45
Formulario de encuesta, entrevista o focus grupal .....	45
Determine el Tamaño de la muestra. ....	48
13. Tabulación y análisis de la información .....	49
CONCLUSIONES .....	57
BIBLIOGRAFÍA.....	58

## COMPROMISOS DE LOS AUTORES

Yo **Yohana Katherine Güiza Ardila** identificada con **C.C 1016084544** estudiante del programa Administración Turística y Hotelera declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: *Katherine G.*

Yo **Johan Andrés Hernández** identificado con **C.C 1031145270** estudiante del programa Administración Turística y Hotelera declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma. *Johan Hernández.*

Yo **Camilo Andrés Peña Valderrama** identificado con **C.C 1000238811** estudiante del programa Administración Turística y Hotelera claro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas. Firma: *Camilo P.*

## RESÚMEN EJECUTIVO

La creación del App Ecohuella Turística pretende incentivar el turismo en el territorio colombiano, desarrollando actividades de turismo naturaleza y cultural, con el fin de promover y conservar la historia de dichas comunidades, esta a su vez buscar ser una de las mejores guías interactivas digitales ofrecidas al turista en el mercado. Trabajando de la mano con entidades como; los operadores, guías turísticos, comunidades y agencias turísticas de la zona, con el objetivo de incrementar el portafolio ofrecido en la App. Una vez se busquen estas alianzas diseñaremos el App en conjunto con una asesoría tecnológica para desarrollar su estructura y contenido.

Esperamos ser una de las mejores empresas del mercado con un producto innovador, que nos permita competir con las demás aplicaciones, manteniéndonos en el campo turístico cumpliendo siempre las expectativas de los clientes.

## INTRODUCCIÓN

Somos una empresa creada por tres estudiantes de tercer semestre de administración turística y hotelera que busca resaltar las culturas indígenas y la biodiversidad del territorio colombiano, con el fin de preservar las costumbres y conocer más sobre los orígenes ancestrales de estas comunidades, por medio de actividades turísticas que involucren actividades de etnoturismo y turismo naturaleza. El objetivo se busca lograr a través de una App, la cual el usuario puede descargar en sistemas operativos Android, la cual busca servir como guía para nuestros turistas extranjeros y nacionales.

Nos movemos con la intención de ampliar el conocimiento del turista y conectarlo con la historia y preservación del territorio que visita. Por este motivo nuestro logo simboliza la conexión entre el hombre ancestral y el entorno natural, buscando que esta conexión permanezca siempre, con el fin de preservar la historia y trabajo de las comunidades indígenas y la protección del territorio para la conservación de los recursos naturales

Nacemos con la necesidad de dejar una huella en el turista, donde a través de nuestra App podrá identificar cuáles son las comunidades indígenas que puede encontrar en el territorio, cuál es su forma de vida y los diferentes tipos de actividades que realizan, además de poder interactuar con ellas, conocer su historia y realizar actividades ecoturísticas en la zona, y por último desde la App podrá contribuir al crecimiento económico de las diferentes comunidades, con la compra de sus diferentes productos.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Diseñar una App turística que clasifique los destinos por tipo de turismo (Naturaleza, cultural) y la región de Colombia a visitar, incluyendo contenido innovador que brindará la oportunidad de comprar tiquetes aéreos o productos artesanales que cautivarán y facilitarán la experiencia digital del cliente.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar en un periodo de 6 meses el contenido y las funciones de la App.
- Ejecutar en un periodo de 10 meses el modelo de negocio.
- Buscar alianzas en el periodo de 3 meses para el diseño digital y creación visual de la App.
- Establecer en un periodo de 4 meses las conexiones y apoyo de las diferentes entidades involucradas con el etnoturismo y ecoturismo.
- Patentar la App en el mercado en el periodo de un año
- Desarrollar estrategias de marketing y publicidad en redes sociales en un periodo de 7 meses para dar a conocer la App
- Lanzar al mercado la App en un periodo de 1 año
- Ubicarnos en el mercado como la App de turismo más descargado en un periodo de 2 años

## CLAVES PARA EL ÉXITO

- Nos enfocamos en ofrecer al turista una nueva alternativa para dar a conocer las diferentes culturas indígenas y actividades ecoturísticas del territorio.
- Queremos preservar y dar a conocer la historia, tradiciones y cultura de las diferentes comunidades.
- Entregamos un valor a la cadena del turismo relacionando al turista; con la comunidad y el entorno.
- Incentivamos las actividades turísticas con el fin de preservar los recursos naturales y la preservación de las comunidades.
- Ofrecemos un ambiente seguro y de respeto con las comunidades al involucrar al turista.
- Innovamos en el mercado con una App interactiva como fuente fiable de información sobre turismo.
- Buscamos retribuir a las comunidades su trabajo, ofreciendo sus productos en la App y comprometiéndonos con el desarrollo económico de la comunidad.



## 1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

- Culturas indígenas poco reconocidas, económicamente tienen pocos ingresos, motivo por el cual están desapareciendo.
- Poca información dirigida a los turistas interesados en ecoturismo y etnoturismo en el territorio colombiano.
- Vender nuestro país a partir de la navegación, ilustración, ubicación e información de nuestras riquezas en cultura, fauna y flora.

A través de nuestra APP sobre turismo sostenible buscamos que las personas interesadas en conocer el territorio tengan mayor conocimiento de nuestras riquezas naturales y culturales, con el objetivo de impulsar las actividades de nuestras culturas indígenas y a su vez estas puedan impulsar su desarrollo económico, esto no solo permitirá mantener la preservación cultural , sino de igual manera se pretende crear conciencia en el usuario viajero sobre las riquezas naturales de la zona que incluyen las riquezas en flora y fauna que se deben preservar. La App busca ser una guía amplia para el turista sobre la cultura y recursos naturales disponibles de la zona que visita con sus respectivas recomendaciones.

## 1.1 Objetivos del desarrollo sostenible

**\*Reducción de las desigualdades:** El primer objetivo para trazar es la conservación de la identidad de las culturas indígenas presentes en el territorio colombiano, con el fin de preservar su patrimonio, lenguaje y costumbres, no permitir que las comunidades sigan en este proceso de aculturación, sino que los visitantes sirvan como impulso para mantener dichas costumbres.

**\*Vida de ecosistemas terrestres:** Una vez se logre reintegrar la importancia cultural de nuestros indígenas, estos mismos a través de sus conocimientos ancestrales sobre el medio ambiente, puedan transmitir al turista este conocimiento sobre la preservación e importancia de los diferentes recursos naturales (flora y fauna), este acompañamiento se realizaría de igual manera con entidades certificadas en el manejo y control ambiental del territorio colombiano.

**\*Trabajo decente y crecimiento económico:** Como último objetivo se busca la recuperación económica de las zonas donde se encuentran ubicadas las comunidades indígenas, ya que entendemos que económicamente son familias vulnerables con recursos escasos y este beneficio de dar a conocer su territorio y su cultura a los turistas, les permitirá lograr un impulso económico ofreciendo diferentes tipos de productos.

## **1.2 Teoría del valor compartido**

Nuestro valor compartido apunta a la inclusión social de nuestras culturas indígenas al conocer su lenguaje, costumbres y el cuidado ambiental que transmiten a través de sus conocimientos ancestrales y la elaboración de sus productos artesanales.

La creación de esta App no solo busca generar un crecimiento económico para nosotros como desarrolladores de la idea, ya que nuestro valor principal es la implementación de estrategias para dar a conocer el servicio turístico a usuarios locales y extranjeros, promover el turismo étnico con el fin de resaltar la importancia de nuestras culturas indígenas e impulsar la venta de productos artesanales. Por último, a través de los destinos se busca transmitir la importancia del cuidado de los recursos naturales.

## **1.3 Tecnologías disruptivas**

Nuestro producto maneja tecnologías disruptivas, debido a que queremos impactar a diferentes actores como las comunidades del país que son poco reconocidos por los turistas extranjeros e incluso nacionales, y para ello contamos con las herramientas suficientes para impactar en el mercado y ser una App innovadora.

## 1.4 Análisis del sector económico

\***Análisis político:** Falta de leyes que apoyen la sostenibilidad en las empresas y el turismo. Un posible conflicto diplomático entre países que no permita el ingreso de turistas.

\***Análisis económico:** Reducción de ingresos por una mala gestión administrativa

\***Análisis social:** Un factor sociocultural que nos puede llegar a afectar directamente es permitir la aculturación de las comunidades étnicas con las cuales trabajamos de la mano, perdiendo así una gran ayuda por parte de ellos.

\***Análisis tecnológico:** Debido a la utilización de nuestro producto, en el área tecnológica nos podríamos ver gravemente afectados en caso de no generar constantes actualizaciones o violar algún tipo de derechos de autor.

\***Análisis ecológico:** Debido que la organización estaría fuertemente comprometida con la sostenibilidad, un cambio de normatividad en esto nos generaría inconvenientes. De igual forma la degradación de los territorios que nos encargamos de promover.

\***Análisis legal:** Incumpliendo o evadiendo alguna de las normativas o leyes que nos rigen en nuestro sector.

## 2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Las comunidades se han visto afectadas en los últimos años por el factor de desigualdad de su reconocimiento como cultura, afectando de esta manera el equilibrio laboral y económico, a su vez donde estos han sido expulsados de sus territorios para la explotación de los recursos ambientales que se han visto afectado por el actuar de las personas externas a la zona de patrimonio que desconocen la importancia y el valor de los ecosistemas de las diferentes regiones.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Desconocimiento de las culturas	Escasez de información turismo sostenible	Ilustración sobre la información de nuestras riquezas
Conocimiento o experiencia	2	3	4
Asesoramiento de un experto (Si se requiere, ¿lo tenemos?)	1	3	4
Alcance técnico, ¿Tenemos las herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras/ ¿Puedo darle alguna solución?	5	4	5
Tiempo (Posible solución)	3	3	4
Costos (Posible solución)	4	2	3
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	3	4	2
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	4
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>26</b>

## **2.1 Árbol de problemas y objetivos**

### **Actores involucrados**

Para el desarrollo de nuestro proyecto se verán involucrados diferentes frentes, empresas y personas. Al ser una App que pretende contener la mayor cantidad de información posible para brindar a nuestros visitantes y lectores, tendremos como involucrados distintas agencias de viajes, hoteles, parques naturales, culturas étnicas y población local de los lugares destacados y explicados en nuestro contenido

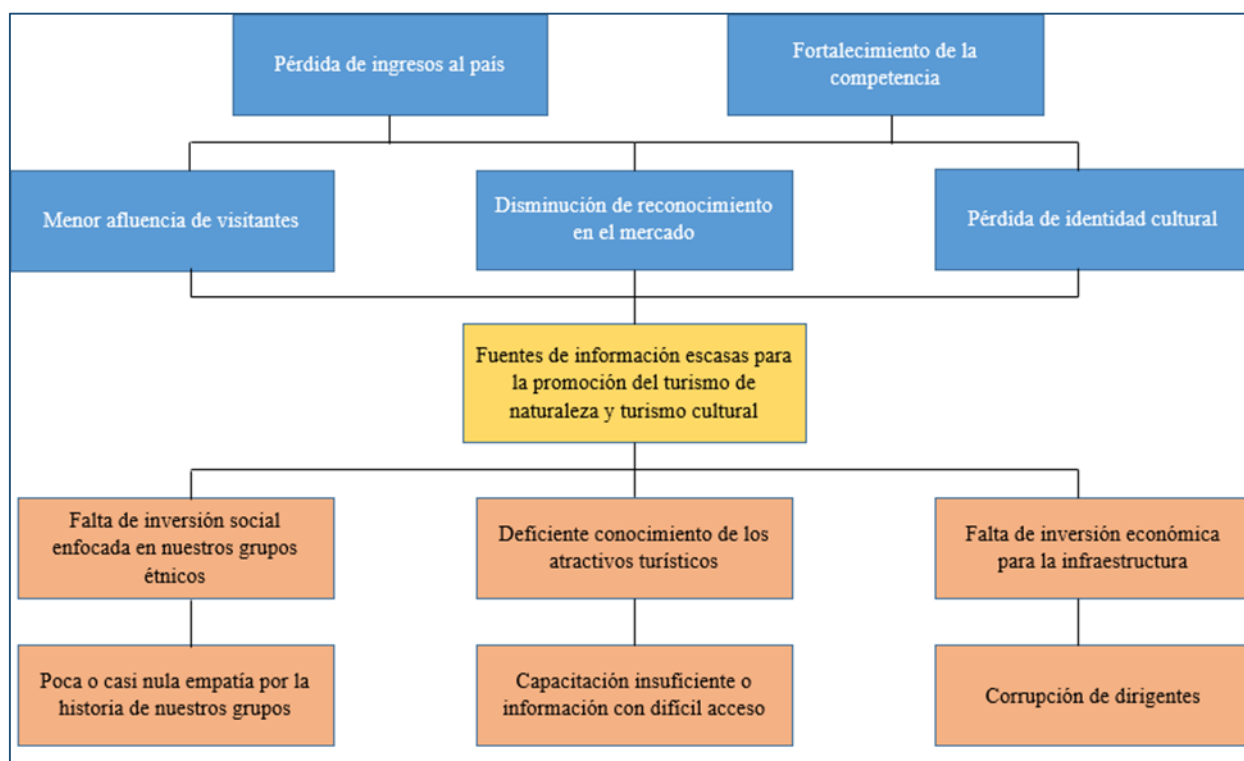
### **Condiciones negativas percibidas por los involucrados**

Algunas de las condiciones negativas que se podría presentar sería el fallo a futuro de la App o presentar temores frente a la seguridad de los datos de los clientes de sus establecimientos. Al ser una App nueva, siempre se va a presentar ese temor tanto en los involucrados como en los lectores de que sea una App segura, confiable y efectiva. Pueden llegar a presentar también inconformidades ya que al manejar una gran cantidad de información y de opciones en el mismo lugar esto puede generar la pérdida de clientes para algunas empresas al encontrar quizá una mejor oferta o algo más llamativo en la competencia.

## Problema central

El problema central que se pretende resolver es el hecho de no contar con suficientes, o no muy bien alimentadas, fuentes de información para la promoción del turismo de naturaleza y el turismo cultural.

## Árbol de problemas

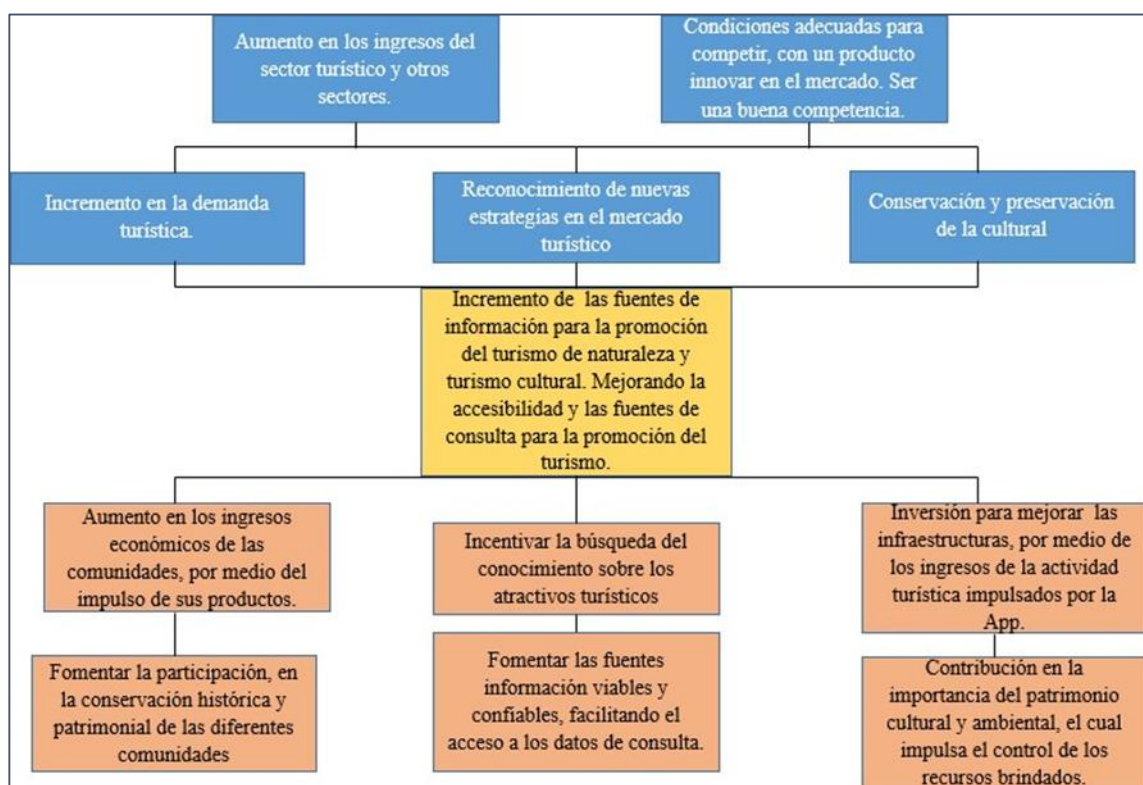


Fuente: Elaboración grupo trabajo

## Pregunta problema

¿Cómo mejorar la información de turismo de naturaleza y turismo cultural, en cuanto a calidad y cantidad de una manera muy accesible para las personas?

## Árbol de Objetivos




Fuente: Elaboración grupo trabajo



### 3. Descripción de la idea de negocio técnica ideación

Conceptos y elementos de estímulo	RELACIONES FORZADAS	
	Características	Nuevas Ideas
Fuentes de información Turística de Colombia (Ecoturismo y etnoturismo)	Información detallada de centros y actividades culturales (Museos, Parques, teatros, entre otros)	Apoyar los prestadores de servicio minoritarios al incluirlos dentro de una guía turística.
	Información de monumentos y lugares turísticos	Incluir información sobre la ubicación de nuestras culturas más representativas.
	Mapa de localización y puntos de interés (Bancos, Cajeros, Supermercados, etc)	Transmitir la experiencia de biodiversidad de flora y fauna con videos e imágenes en alta definición (HD)
	Tamaños de guías medianas o pequeñas	Información turística de la región al dar un clic
		Incluir sonido emitido de animales o aves al cambiar de página.
Manejo de presupuesto tour	Información actualizada de costos de acuerdo a la temporada del año.	

Fuente: Elaboración grupo trabajo

BIÓNICA		
	Dispositivo digital que identifique la flora, fauna de un lugar en específico y sea resistente a los cambios de temperatura.	
	Elaborar una guía con materiales ecológicos u elementos artesanos.	
	Crear un video juego estudiantil donde se aprenda y se rescate animales, se tenga poderes según la flora y que sea de acuerdo a la regiones de Colombia.	

Fuente: Elaboración grupo trabajo

## Autoevaluación idea de negocio

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN			
	(F)			(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer				5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad				5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio			4	
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando		2		
N° Total de afirmaciones valoradas en:		1	1	2

	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	1	X	2	=	2
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	X	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	X	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	2	X	5	=	10

Puntaje Final	<b>16</b>
---------------	-----------

Fuente: Elaboración guía Cun

## Estructura de la idea

Estructura de la idea	
¿Quién es el cliente potencial?	Viajeros interesados por el turismo naturaleza y etnocultural.
¿Cuál es la necesidad?	Aumentar el número de viajeros, la duración de su estadia y el consumo local.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	APP sobre turismo sostenible que muestre las riquezas naturales y culturales según la región, recomendar hoteles, agencias y demás puntos de interes con sus respectivos recursos y atractivos turisticos que incluyan videos y sonidos de las experiencias vividas con las culturas y la naturaleza de nuestro pais.
¿Por qué lo preferirían?	Es una guía muy completa y didactica que resalta y saca provecho a la biodiversidad de Colombia para promover el turismo naturaleza y cultural.

Fuente: Elaboración grupo trabajo

### Gráfico Innovación



Fuente: Elaboración grupo trabajo

## 4. Innovación

### Alternativas ideas de negocio e estrategias de innovación

\*Diseñar una APP donde la información se encuentre catalogada por región, biodiversidad y culturas más representativas del país con imágenes y sonidos en alta definición.

\*Implementar en la APP preguntas claves como ¿Tipo de turismo a conocer?

¿Clima? ¿Actividades de interés? ¿Animales o Plantas representativos? ¿Recursos o atractivos? entre otras; que clasifiquen la información y orienten al turista a escoger un lugar de destino.

\*Realizar alianzas con hoteles o agencias minoristas que deseen promover el turismo naturaleza o etnocultural contribuyendo al desarrollo económico del país.

\*Crear un espacio para sugerencias o comentarios de los turistas que nos permitan mejorar como APP.

## Competencia

### ➤ **Colombia Travel App**

La guía básica por excelencia. Esta aplicación tiene una extensa base de datos de todo tipo de cosas relacionadas con el turismo que las ciudades del país tienen para ofrecer. La aplicación muestra consejos sobre qué sitios visitar y qué cosas hacer, puesto que contiene una guía de 26 destinos con información detallada, calendario con fiestas y eventos locales, parques naturales, hoteles, museos, embajadas, actividades, medios de transporte, contenido gráfico con fotos, mapas y vídeos.

Dividida por secciones, en la pestaña de destinos podemos encontrar recomendados para enamorarse de las ciudades principales como Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali o Barranquilla. También cuenta con sugerencias de itinerarios que facilitan los recorridos y se conecta con las redes sociales. La aplicación se encuentra en español y en inglés, es gratuita y está disponible para iOS, Android y BlackBerry.

### ➤ **Vive Bogotá**

La aplicación ofrece un catálogo de cosas para divertirse en la capital del país. Con diferentes secciones como Gastronomía, Cultura y Religión, Compras, Rumba y Agenda la ciudad, cualquier persona que quiera sumergirse en Bogotá puede conocer toda su oferta con esta aplicación. Su amplio catálogo permite que los usuarios puedan elegir lo que más les convenga. Es gratis y está disponible para iOS.

### ➤ **Colombia Map**

Recorrer las ciudades del país no tiene que convertirse en un dolor de cabeza. A través de un Smartphone es posible tener a la mano un mapa actualizado con las vías y los puntos clave, como teléfonos o estaciones de gasolina. Lo mejor es que funciona de manera offline (es cierto que a veces la señal en carretera puede ser muy inestable). Está disponible para iOS.

### **Alternativas idea de negocio según la competencia**

Debido al avance tecnológico que vivimos hoy en día es importante promocionar o dar a conocer nuestra APP como una de las mejores innovaciones en el turismo naturaleza y etnocultural, teniendo como principal meta posicionarnos en el mercado y lograr un mayor reconocimiento que no nos permita desaparecer en el tiempo.

El mundo digital conocer al cliente es lo más importante, pues de sus intereses y opiniones podemos mejorar como aplicación y para ello es necesario realizar predicciones para el producto, como estrategia se hace necesario implementar tipos de preguntas que permitan orientar el interés del cliente y a su misma vez poder identificarlo.

La estructura de la App y su contenido es lo que permitirá llamar la atención del cliente, por ello es importante pensar en un diseño fresco e innovador donde la información sea más visual y entretenida para el turista.

## **Idea de negocio más prometedora e innovadora**

El propósito con la implementación de la App es facilitar a los usuarios el acceso a contenidos que le permitan visualizar y seleccionar el destino de interés, agilizar los tiempos de reserva ya sean de estadía o de vuelo y apoyar a las comunidades al realizar las compras de productos artesanales. Involucrar la App con los recursos tecnológicos actuales con el fin de crear diferentes estrategias de innovación, mejorando la resolución y calidad de las imágenes, donde se evidencien fotografías de los recursos naturales e información de las características de las diferentes comunidades que puede conocer en cada región.

## **5. Fuerzas de la industria**

### **5.1 Contextualización de la empresa**

EcoHuella Turística, este es el nombre que recibe nuestra empresa, más específicamente nuestra App. Perteneciendo a las actividades económicas terciarias, ya que nos encargamos de brindar un servicio como lo puede llegar a ser la información allí encontrada o la asesoría para visitar cada uno de los destinos. Considerados como una microempresa ya que no contamos con más de 10 empleados por nómina, tope máximo para obtener esta denominación. Por último, no tenemos un lugar de ubicación exacto ya que al ser una App encargada de brindar información, no nos vemos en la necesidad de contar con una planta física, como sí podría llegar a ser necesaria en la venta de productos.

## 5.2 Análisis de la demanda Influencias internas

**Personalidad:** Como características individuales de nuestros clientes encontramos personas apasionadas por la naturaleza, la paz, la interacción con el ambiente y la posible relación con nuestro pasado, con nuestras comunidades indígenas.

**Motivación:** Centrados en un motivo específico; conocer la fauna y la flora de nuestros territorios, las costumbres de nuestras raíces, y, claramente descansar, llegar a tal punto en el que se desconectan de la monotonía.

**Aprendizaje:** Un punto clave y una de las influencias más marcadas es el aprendizaje. Ya que son estos clientes los que tendrán una mayor interacción con nuestros servicios, al querer conocer un poco acerca de las más de 25.000 especies de flora que tenemos en nuestro territorio o las más de 27.000 especies de fauna en Colombia. Y, como no, el querer involucrarse en una parte de nuestra historia, obteniendo información y algunos de los conocimientos de las 115 importantes comunidades indígenas que habitan en nuestros territorios.

### ✓ Influencias externas

**\*Cultura:** Son personas con mucha información acerca del tema y con ganas de día a día aprender un poco más, interesadas por proteger lo propio, por querer dar a conocer y resaltar la historia de nuestros antepasados, cuidando y esparciendo este conocimiento, ésta parte de la historia que es tan valiosa para ser lo que somos hoy en día, pero que desafortunadamente no se protege, no se fomenta y no se le da el reconocimiento que merece.

**\*Estructura familiar:** Al querer hablar y enfocarnos en la estructura familiar como influencia se nota en gran medida que el cliente indicado podría ser aquellos que en el

momento se encuentren solteros o casados, pero aún sin hijos o hijos de una edad ya avanzada. Ya que es de clara notoriedad que en la mayoría de los casos los niños pequeños no se verán motivados por este tipo de turismo o información y se puede volver algo tediosa la experiencia tanto para ellos como para sus padres.

**\*Clase social:** Cuando se quiere establecer un estrato social para el servicio a ofrecer se podría llegar a hablar incluso de todos los estratos. Pero se vuelve quizá algo contradictorio; en el caso de estratos altos (4, 5, 6) tienen la capacidad económica para realizar este tipo de turismo, conocer los lugares más significativos del país en lo que respecta a turismo de naturaleza y turismo étnico, pero debido a su alto nivel adquisitivo se ven inclinados en mayor medida por realizar otro tipo de turismo y, en su mayoría, por fuera del territorio nacional. En cuanto a los estratos bajos (1, 2, 3) si notamos una mayor motivación por proteger y conocer lo propio, antes de explorar algunos otros destinos, pero con un nivel adquisitivo más bajo en la mayoría de las personas pertenecientes a estos estratos. Es por esto que el estrato más adecuado para sectorizar el mercado por clase social sería el 3, ya que al no ser un estrato social totalmente bajo se puede contar con una mejor capacidad económica y llegar a realizar este tipo de turismo.

**\*Tamaño del mercado:** Para el tamaño de mercado al referirnos al área geográfica concreta se toma como referencia el territorio colombiano, ya que sobre este será que se le dará desarrollo a la App conteniendo toda la información de los destinos de interés aptos para realizar turismo de naturaleza y turismo étnico. Acerca de la cantidad vendida anualmente se podría llegar a manejar un mercado aproximado de 400.000 personas, que son los registros hechos por Min Comercio de personas que recorren Colombia con el fin de practicar turismo de naturaleza y turismo étnico. Asimismo, estas estadísticas nos reflejan que al menos el 60% de los turistas son de nacionalidad extranjera, así que es esto a lo que debemos apuntarle y sería el tamaño definitivo de nuestro mercado.



### 5.3 Análisis de la oferta

Aunque no se identifica la App como una agencia de viajes operadora, nuestra competencia si se encuentra en este sector ya que como se ha mencionado, se van a realizar alianzas estratégicas para mejorar el acceso del turista a tiquetes aéreos y reservaciones, podríamos hablar de 3 competidores fuertes también enfocados en la realización de viajes de turismo de naturaleza y turismo étnico. Estos son KaiÉcotravel, Grupo Operama y, una de las más fuertes, Awake Travel. Una, como el Grupo Operama es especializada en turismo de naturaleza y al referirnos a KaiÉcotravel y Awake Travel hablamos de dos grandes potencias para etnoturismo. Con esto en mención aunque tendríamos una mayor base de información para hablar de turismo de naturaleza y de etnoturismo, ellos son operadores directos y cuentan con una gran e importante experiencia en el mercado, lo que claramente nos pone en desventaja frente a los competidores.

## Principales características de la oferta.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
<b>KaíEcoTravel</b>	Kaí Ecotravel se encarga de brindar información, asesorar y vender planes para realizar turismo étnico especialmente en el departamento de La Guajira, en sectores como Cabo de la Vela, Santuario Flamencos, Punta Gallinas y Macuira	Comercializan paquetes a estos destinos a partir de \$221.000 COP por persona en caso de ser grupos grandes.	La ventaja competitiva con la cuenta esta agencia es el conocimiento del entorno, al trabajar solamente en el Dpto. de La Guajira, les permite explorar aún más esta área y así obtener un mayor conocimiento y presencia en el mismo.	Ubicación de planta física Calle 5 # 7-24 Riohacha, La Guajira, Colombia
<b>Grupo Operama</b>	Grupo Operama se distingue por el gran número de oportunidades de turismo de naturaleza que ofrece a los clientes.  Contando con más de 20 paquetes a diferentes destinos tanto nacionales como internacionales como lo pueden ser el Amazonas, Nuqui, Punta faro, entre otros. Siempre perseverando por el cuidado y la protección de nuestras especies.	Es claro que todos los costos de estos paquetes pueden llegar a variar por aspectos como la temporada o el tiempo de estadía. Pero se estima que trabajan con paquetes desde \$790.000 COP por persona	Al ser una empresa con una gran cantidad de años en el mercado, pues fue fundada en 1982, cuenta con un extenso conocimiento y aún más extensas alianzas estratégicas para un mejor servicio, esto los pone en ventaja frente a los demás, siendo un gran competidor.	Ubicación de planta física Cra 7 # 82-66 Of. 206 Bogotá, Colombia
<b>Awake Travel</b>	Una de las mejores páginas para adquirir un paquete turístico ya que se encargan de dividir y sectorizarla por cada uno de los tipos de turismo para facilitar la interacción con el cliente ofreciendo paquetes de turismo de sol y playa, senderismos, turismo de naturaleza, étnico, entre algunas otras opciones que te brinda la empresa.	Aunque cuenta con una gran variedad de precios debido al sinfín de opciones que manejan nos enfocaremos en sus valores para realizar turismo étnico que estarían a partir de \$207.000 COP por persona	Cuentan para la fecha con una gran variedad de opciones para los viajeros, y unas envidiables alianzas estratégicas, que les permiten ofrecer hasta 50 paquetes diferentes para todos los gustos, con diferentes destinos, duraciones y valores.	Ubicación de planta física Cra 8 # 127-53 Bogotá, Colombia

Fuente: Awake Travel – Grupo Operama - KaíEcoTravel

Se resalta que estos tres competidores cuentan con una gran ventaja competitiva ya que son los constructores de sus propios paquetes turísticos, algo que no realizará directamente la empresa EcoHuella turística, ya que lo que se busca es poder llegar a nuestros clientes a través de alianzas estratégicas con diferentes prestadores de servicios, como lo pueden ser agencias de viajes, aerolíneas y hoteles, facilitando la compra de los productos ofrecidos por las mismas, otorgando un mayor tiempo de repuesta y generando más confiabilidad en nuestro cliente.

## **5.4 Análisis de la comercialización**

### **5.5. Análisis de la comercialización de proveedores**


Como se ha explicado además de brindar información a los turistas a través de la misma aplicación se tendrá acceso a la compra de tiquetes aéreos y la realización de reservas, es por esto que se realizarán alianzas estratégicas con aerolíneas como lo pueden llegar a ser Avianca, Wingo, EasyFly, entre otros y algunos hoteles de las áreas más relevantes en la realización de nuestro turismo como lo pueden ser en el Chocó para el avistamiento de ballenas, en el Amazonas, Santa Marta, Cauca, Arauca o Putumayo para realizar intercambio culturales con las diferentes comunidades indígenas.

Adicional a esto poder generar alianzas con las comunidades para recibir a los turistas en sus territorios, para que se le permita a EcoHuella Turística el adentrarse a las comunidades para poder brindar información a través de la App de primera mano, experiencias propias, relatos directamente de los integrantes de las mismas comunidades. Cabe resaltar que ya que a través de la App nuestros visitantes podrán comprar en línea artesanías realizadas directamente por las comunidades también se deberá llegar a un acuerdo con ellos, para que establezcan valores de las mismas, para que nos permitan realizar catálogos y para poder establecer cadenas de producción y distribución, para lograr esta meta claramente también se deben forjar convenios con empresas que nos presten el servicio de envíos como lo puede llegar a ser servientrega, Envía, entre otras.


## 6. Segmentación de mercado

### Bondades del producto (bien o servicio)

- Descarga disponible para sistema operativo Android
- Veraz y confiable
- Fácil acceso
- Perfilamiento interés cliente
- Integral en contenido
- Realiza actualizaciones frecuentes
- Imágenes y videos en HD
- Turistas que cuentan su experiencia
- Respuesta a comentarios
- Segmentación de información por región
- Historias contadas por las propias culturas
- Información de lugares y actividades más representativos
- Alianza con vendedores artesanales
- Alianza con agencias de viajes y tiquete electrónico
- Redes sociales actualizadas

<p><b>Cliente: Cultura</b></p> 	<p><b>Miedos, frustraciones y miedos</b></p> <p>Vivir solo y aislado de los demás, desconocer la historia y cultura de su país, no vivir experiencias</p>	<p><b>Desea, necesita, anhela y sueña.</b></p> <p>Relacionarse con diferentes culturas y costumbres, poner a prueba sus conocimientos.</p>
<p><b>Demográficos y Geográficos</b></p> <p>Hombres y Mujeres entre 20 a 45 años de edad con nivel socioeconómico medio o alta, de cualquier ciudad o país que deseen viajar solos, con amigos o en familia, interesados en conocer diferentes culturas o costumbres del país, probar variedades en gastronomía, mente abierta para nuevos conocimientos y actitud para diferentes actividades.</p>	<p><b>¿Qué están tratando de hacer y porque es importante?</b></p> <p>Ampliar conocimientos y relaciones personales desde experiencias vividas ya que complementan su vida.</p>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? 'Hay alguna barrera en su camino?</b></p> <p>Trabajando y ahorrando para el viaje deseado, reducir gastos personales.</p>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<p>Vive una nueva experiencia en cada viaje Conoce y aprende algo nuevo cada día, Rétate a ti mismo.</p>	
<p><b>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</b></p>	<p>Factores de temporadas en el año.</p>	

Fuente: Elaboración grupo trabajo

<p><b>Cliente: Cultura</b></p> 	<p><b>Miedos, frustraciones y miedos</b></p> <p>Vivir la vida en un solo lugar, no sentir la compañía de la naturaleza, no tener historias o vivencias que contar.</p>	<p><b>Desea, necesita, anhela y sueña.</b></p> <p>Viajar y conocer los lugares más recónditos del país, poner a prueba sus destrezas y habilidades.</p>
<p><b>Demográficos y Geográficos</b></p> <p>Hombres y Mujeres entre 20 a 45 años de edad con nivel socioeconómico medio o alta, de cualquier ciudad o país que deseen viajar solos, con amigos o en familia, interesados por conocer las riquezas naturales del país, con tiempo libre para viajes largos o cortos.</p>	<p><b>¿Qué están tratando de hacer y porque es importante?</b></p> <p>Encontrar el equilibrio en su vida a través de la naturaleza.</p>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? 'Hay alguna barrera en su camino?</b></p> <p>La rutina diaria del trabajo y demás actividades reducen la disponibilidad de tiempo.</p>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<p>Transmite, siente y respira el aire de la vida. Visualiza los colores de la naturaleza. Sorpréndete con la diversidad natural del mundo.</p>	
<p><b>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</b></p>	<p>Factores climáticos y temporadas de turismo en el año.</p>	

Fuente: Elaboración grupo trabajo

## **Reflexión Validación Cliente**

### **a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?**

Personas que viven en ciudades o áreas urbanas y sienten conexión con la naturaleza y demás culturas.

### **b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?**

Soñadora, viajera, proactiva, observadora y comunicativa.

**c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.**

Durante la semana se enfrenta al tráfico de la ciudad, al contacto directo o indirecto de la gente, a la rutina diaria del trabajo, poco descanso entre semana.

**d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?**

Descanso, desconexión con la ciudad, tranquilidad de la naturaleza, conocer nuevas y diferentes personas.

### **Bondades + cliente ideal.**

Para el cliente será muy satisfactorio encontrar una APP que se preocupe por sus intereses y le transmita una experiencia visual sin estar en el destino debido a que su contenido es en alta definición y adicionalmente ofrece la opción de comprar productos artesanales o mejor aún programarse y realizar su viaje al separar su tiquete aéreo electrónico.

## 7. Propuesta de Valor Perfil del cliente

Nuestro cliente es un turista que buscan un producto, el cual les permita acercarse más a su destino para desarrollar actividades de turismo naturaleza y étnico, donde a través de esta App pueda vivir mejores experiencias, tener diversas fuentes de información e interacción con otros usuarios frente al servicio que buscan en el lugar, ya sea por: negocios, viajes recreativos, seminarios, retiros, voluntariados y cualquier otro tipo de actividad. Por esta razón el App EcoHuella turística busca brindar una conexión con el entorno turístico, para facilitar los procesos del viajero para satisfacer sus necesidades y disminuir al máximo las frustraciones que este puede tener en el desarrollo de su actividad.

**Trabajos del cliente:** Nuestros potenciales clientes buscan realizar actividades que involucren el contacto con el entorno natural y otras comunidades, estas mismas las podrán desarrollar en espacios de viajes laborales o de descanso.

**Frustraciones del cliente:** El mayor miedo de nuestros clientes es la falta de información del destino y convenios con empresas turísticas que les faciliten los procesos en sus viajes, de una forma segura con el fin de minimizar tiempos y riesgos que puedan ocurrir.

**Alegrías del cliente:** Nuestros clientes buscan vivir una experiencia que cubra todas sus expectativas con el servicio de un App Turística, que les permita agilizar los procesos, conectarse más con su lugar del destino y vivir una experiencia de aprendizaje, que remueve emociones y generar un cambio.

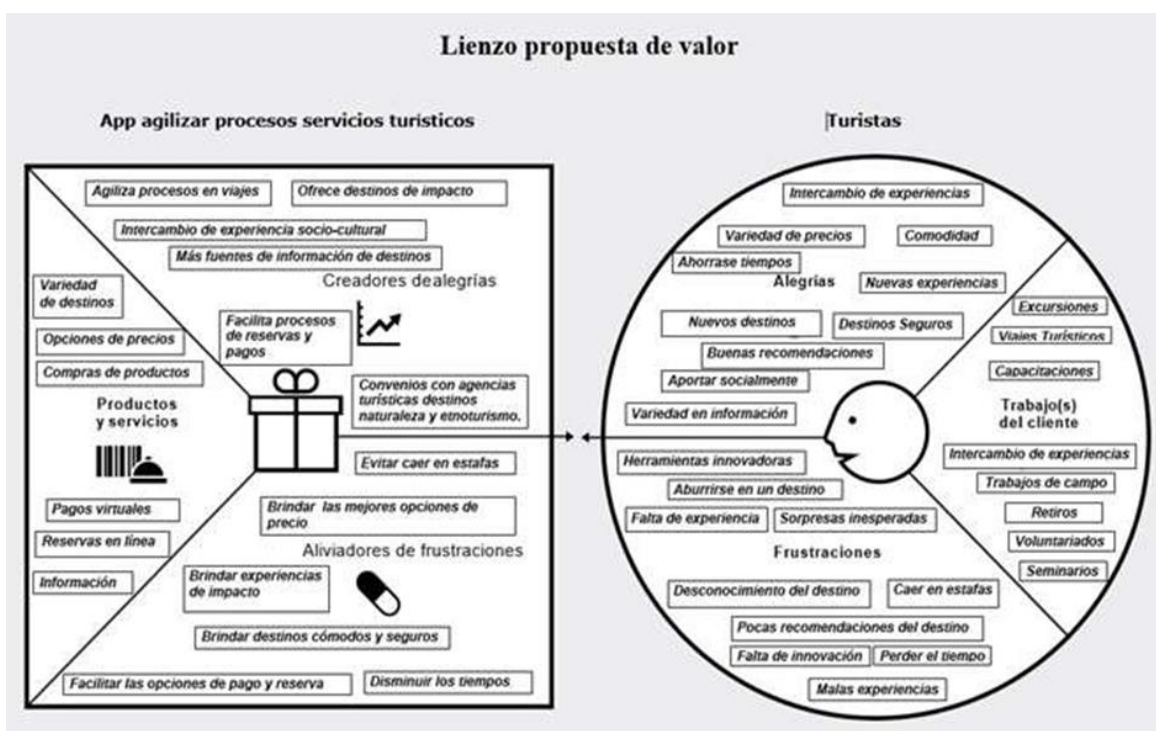


## Mapa de valor

**Aliviadores de frustraciones:** Nuestro cliente siempre buscará un servicio innovador, con la capacidad de agilizar los procesos, que brinde opciones variadas en el mercado y le permite tener mayor seguridad cuando se trata de emprender un viaje a un destino desconocido.

**Creador de Alegrías:** La mejor experiencia de nuestro cliente es cuando se satisface con un servicio que le brindó lo que buscaba, que cubre sus necesidades de viaje, agiliza sus procesos y le permite tener una experiencia más emocional y cercana con el destino.

**Productos y servicios:** Nuestro cliente busca un servicio que incluya variedad de información, que sea innovador y le permita agilizar sus procesos en cualquier tipo de viaje para el desarrollo de sus actividades.



Fuente: Elaboración grupo trabajo

## 8. Diseño del producto Definición Estratégica

- **Ley 300 de 1996:** Ley general de turismo que dicta los principios, los recursos, la planeación y disposiciones para los tipos de turismo que se lleven a cabo como desarrollo de una actividad prioritaria. Establece las características para un peaje turístico y separa la policía de turismo de la policía nacional.
- **Ley 1558 de 2012:** Ley que tiene como objeto el fomento, la promoción, el desarrollo y la competitividad en el sector turístico teniendo en cuenta la creación, protección y conservación de los recursos y atractivos turísticos nacionales.
- **Ley 1978 de 2019:** Por la cual se moderniza el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (tic), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 1341 de 2009:** Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

### Diseño de concepto Materiales y maquinaria

- ✓ Computadora
- ✓ Lenguaje de programación
- ✓ Manejo de sistema java
- ✓ Programa IDE (Android Studio)
- ✓ Manejo Android SDK
- ✓ Diseño de la interfaz
- ✓ Prototipo App
- ✓ Testeo de funcionamiento

## Diseño en detalle

### Diagrama en bloques proceso de producción



Fuente: Elaboración grupo trabajo

### Cadena de distribución



Fuente: Elaboración grupo trabajo

Precio descarga App = No aplica

## **Indicadores de Calidad producto y servicio App Turistica:**

- ✓ Cobertura: Disponibilidad en el mercado. Penetrar masivamente al cliente.
- ✓ Eficacia: Producto y servicio disponible de acuerdo a la demanda por el cliente.
- ✓ Satisfacción del cliente: Evaluación del grado de conformidad de quien lo ha adquirido
- ✓ Ingresos por transacción: Acercamiento del usuario al negocio por aplicación o canal diferente (Redes Sociales).
- ✓ Promedio de ingreso por usuario: Indicador del valor individual de cada usuario y así invertir en productos más consumidos.
- ✓ Tasa de abandono: Tasa de usuarios que no finalizan una transacción por decisión o problemas con la aplicación.
- ✓ Tasa de retención: Usuarios más enganchados con el contenido de la APP y generan mayor valor. Aporte verdadero al mercado.
- ✓ Valor del tiempo de vida: Predicción del valor de la APP y cuánto está dispuesto a gastar el usuario. Análisis predictivo.
- ✓ Errores de Red: Mejorar y optimizar comportamientos internos.
- ✓ Competitividad: Nivel de adaptación en el mercado y capacidad de explotar cualidades que hacen único el producto o servicio.

## Producción: Brochure



### FUNCIONAMIENTO

APP diseñada para Android que perfila al cliente según sea su interés (Turismo naturaleza o cultural) brindando no solo información como guía turística sino que también vende productos elaborados con componentes naturales por artesanos y alianzas con agencias de viajes para tickets electrónicos. Siente la mejor experiencia con nosotros!!



### CLAVES APP

Nos enfocamos en ofrecer al turista una nueva alternativa para dar a conocer las diferentes culturas indígenas y actividades ecoturísticas del territorio.

Queremos preservar y dar a conocer la historia, tradiciones y cultura de las diferentes comunidades.

Entregamos un valor a la cadena del turismo relacionando al turista con la comunidad y el entorno.



## 8.1 Ficha Técnica

### Ficha Técnica Aplicación Móvil

#### Lenguaje de programación

Lenguaje de programación	HTML5, JavaScript
Software de edición y programación	Android Studio, Xcode
Formato de empaquetamiento	.APK
Software (CMS)	Móvil Fácil
Programa de Preview	Android e IOS: aplicación Preview Your APP Sitio Web: <a href="http://previewyourapp.com/">http://previewyourapp.com/</a>

Fuente: STUDYLIB

## 8.2 Ciclo de vida

Fase del producto dentro del ciclo de vida del producto: Nuestro servicio se encuentra en la fase de introducción o lanzamiento debido a que es una App desconocida y sus

Competidores no son directos, es decir las App existentes son sobre turismo playa y turismo negocio. Los beneficios no se logran ver debido a que el uso de la App depende del ingreso de los usuarios y aún se encuentra a la expectativa.

## 9. Precio de venta

Debido a que se diseñara una App que contenga contenido de forma gratuita de los usuarios, no se manejará precio de venta y los ingresos se obtendrán a través de publicidad y transacciones realizadas, en los que se pretende que a través de este capital que ingrese, se pueda impactar otros mercados con el fin de generar mayores ingresos en la utilidad de los

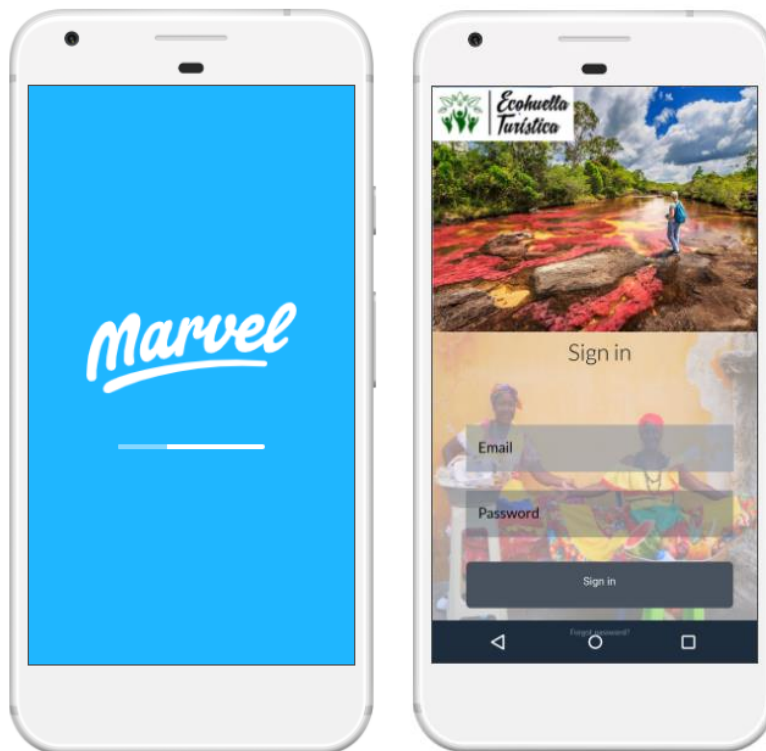
servicios que ofrece la App Ecohuella. Los valores del diseño se encuentran en un proceso de validación de costos, ya que incluye diseño y programación la cual se tendrá que contratar con un proveedor externo, al igual que pautar reuniones con los diferentes actores del campo turístico como; agencias de viajes, cadenas hoteleras, guías turísticos, entre otras áreas del mercado, para validar los porcentajes y cobros que se pautaran por este servicio.

Por último punto se resalta que los productos que ofrecerán las comunidades indígenas a través de la App, solo para el caso de ellos será un canal mediador para que puedan vender sus productos sin cobrar porcentajes por este proceso, porque lo que se pretende es generar un apoyo a las mismas.

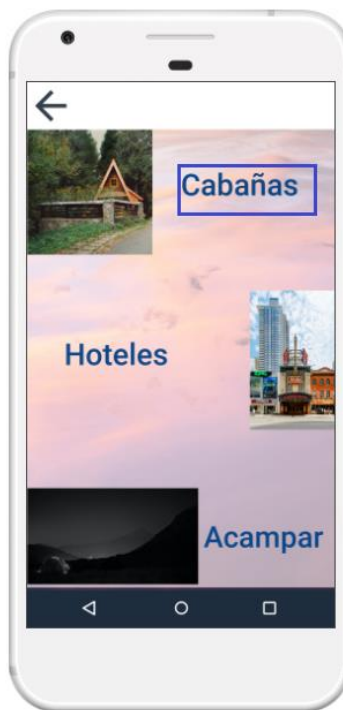
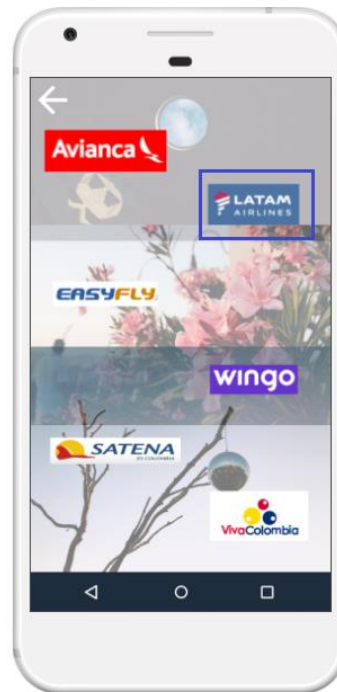
## **10. Prototipo**

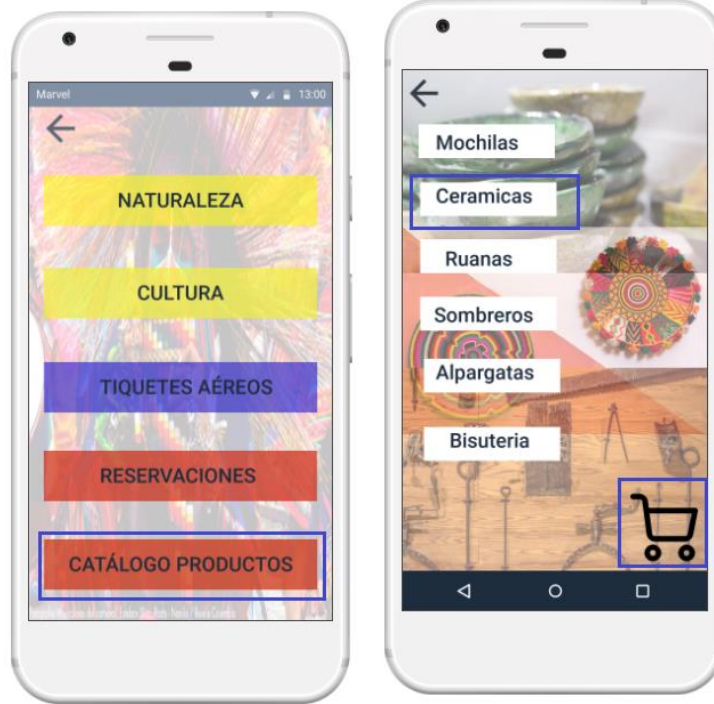
La App EcoHuella Turística cuenta con una serie de características que le permitirán al usuario interactuar con las funcionalidades de la plataforma, en donde dispondrá de una gama de productos al alcance de la mano para mejorar su experiencia en los servicios relacionados en el área turística. En sus ventajas principales se encontrará; compra de paquetes ecoturismo y etnoturismo, reserva de tiquetes aéreos, reserva o compra de hospedaje, compra de productos artesanales, guía turística con gran diversidad de información de los sitios de interés, galería de imágenes y videos, reseñas de experiencias e historias de los viajeros, botón de comentarios y sugerencias, entre otros elementos adicionales que se cargarán con el tiempo.

Para conocer la viabilidad de la idea se diseñó un prototipo dirigido al sistema operativo Android, se elaboró un bosquejo en la plataforma MarvelApp la cual permite realizar la estructura de la App y ubicación del contenido.









## 11. Modelo Running Lean

<p><b>Problema</b></p> <p>Falta de información y promoción para la realización de turismo de naturaleza y turismo cultural.</p> <p>Desconocimiento en procesos y desconfianza al momento de efectuar pagos de producto o servicios</p> <p>Poco conocimiento e ilustración de todo lo que estamos dispuestos a ofrecerles a nuestros clientes para que conozcan.</p>	<p><b>Solución</b></p> <p>Fácil acceso e interpretación de la información, obteniendo asesoría e interacción con otros usuarios, facilitando su decisión.</p> <p>Amplios métodos de pago cumpliendo así con expectativas tanto del cliente que desea pagar en línea o el cliente que desea métodos tradicionales de pago como consignaciones bancarias o manejo de efectivo.</p> <p>Excelente representación de nuestras culturas indígenas en la plataforma teniendo acceso a sus</p> <p><b>Métricas Clave</b></p> <p>Ya que será un ecommerce manejaremos puntos clave como métricas para la toma de decisiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El tráfico, enfocándonos así en la cantidad de descargas promedio</li> <li>- Origen de las descargas, como se han enterado o cómo han llegado a descargar nuestra App</li> <li>- Métrica por información, revisar y clasificar cuantos clientes están ingresando solo por información y qué tipo de información, sin finalizar la compra.</li> <li>- Métrica por venta, así mismo como clasificaremos las visitas que finalizaron sin lograr una venta, se contabilizarán y clasificarán todas aquellas que si finalizaron en compra, estipulando género del cliente, edades, tipo de servicio y producto adquirido. De igual forma su recurrencia</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor única</b></p> <p>Teniendo como base el servicio que busca nuestro cliente objetivo, a través de la App EcoHuella Turística, podrá encontrar abundante información sobre una inmensa variedad de destinos, asesorías y mejoras en tiempos de respuesta, aliviando así los miedos de nuestros clientes. Lo que se busca desde App EcoHuella Turística es poder brindar información clara, agilidad y confianza al cliente, a tal punto de que se sienta en el lugar de destino sin siquiera llegar al mismo. Adicional a esto se facilitará el acceso a souvenirs, más específicamente a aquellas artesanías representativas de nuestras culturas étnicas para todos aquellos turistas que deseen adquirirlas.</p>	<p><b>Ventaja injusta</b></p> <p>Gracias al auge reciente de querer conocer lo propio, su país, sus culturas y su pasado antes de explorar otras tierras, esta será nuestra ventaja. El poder ofrecer a nuestros visitantes y futuros clientes toda la información que requieran para que puedan concluir su viaje llenando todas y cada una de sus expectativas, guiándolos paso a paso para la adquisición de su servicio, durante el disfrute del mismo y mucho más.</p> <p><b>Canales</b></p> <p>Ya que nos desarrollaremos como una App Móvil, nuestro canal principal de distribución será la App, considerándola así como Propio-Ventas en internet. A través de ésta se dará a conocer toda la información al cliente acerca de los servicios o productos (artesanías) que podrán adquirir con nosotros. El proceso evaluativo se llevará a cabo a través de encuestas de satisfacción y la misma interacción que se generará entre los mismos clientes, generando así un cambio de ideas y opiniones entre ellos. Enfocándonos en la idea de generar confianza y ayudar a aliviar los miedos del cliente, se manejarán distintos medios de pago para los servicios y productos, ofreciendo así posibilidades como lo pueden ser pagos en línea, transferencias y pagos en puntos físicos. Y en lo que respecta a la entrega, los servicios como tiquetes o reservaciones hoteleras se harán de la manera tradicional generando comprobantes enviados vía e-mail, para los productos una vez comprobados datos de cliente y pagos efectuados se harán llegar a través de empresas de envíos.</p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p>Debido al tipo de contenido que ofreceremos en la App, nos centramos en 2 tipos de clientes; los apasionados por la naturaleza y como no, por la cultura. Ya que podremos brindar una gran oferta para ambos clientes, y en ocasiones encontraremos que se relacionan entre sí, desarrollando la pasión tanto por la naturaleza como por la cultura en un mismo cliente, llenando aún más sus expectativas.</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo costes, ya que una de finalidades es lograr reducir en mayor medida posible la inversión del cliente, eso si sin dejar de lado la calidad del servicio.</li> <li>• Costes fijos, al ser un ecommerce los costos no variarán en función del volumen de servicios producidos.</li> <li>• Economías de escala, debido a que al manejar costes fijos se verán ventajas en costes al aumentar la venta de productos o servicios</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Los ingresos se obtendrán a través de la utilidad recibida por parte de los servicios (tiquetes o reservas) vendidos por medio de la App. La segunda fuente de ingresos serán las artesanías que podrán adquirir nuestros clientes destinando la mayor parte de esta venta a las comunidades indígenas encargadas de su fabricación, pero así mismo tomando su utilidad. Y la tercera fuente será la publicidad ofrecida a través de la App, ya que la instalación de la misma será totalmente gratis.</p>		

Fuente: Elaboración grupo trabajo

## 12. Validación de ideas de negocio

La realidad actual del campo turístico ha permitido percibir la necesidad del turista por adquirir nuevas experiencias en el desarrollo de su actividad, y es por tal razón que la App Turística EcoHuella, busca generar estas conexiones de intermediador para la ejecución de la actividad turística especialmente en el campo natural y etnográfico, ofreciendo a través de un sistema de aplicación móvil, alternativas para que el usuario tenga a un clic la facilidad de adquirir los servicios que desea tomar.

Las alternativas propuestas buscan que no solo el turista adquiera un servicio a través del App, busca que los diferentes actores relacionados en el mundo turístico como; agencias de viajes enfocadas en turismo naturaleza y etnográfico, comunidades locales, hoteles u otros tipos de alojamiento, entre otras, mediante la plataforma puedan ofrecer sus destinos y paquetes de servicios con el fin de llegar a más usuarios interesados por este tipo de actividades.

Es por esto que mediante el análisis de los intereses del turista, se indagara más afondo para conocer sus interés por este tipo de actividades, si se interesaría en que un App le pueda ofrecer y facilitar tomar estos servicios y lo que espera de la misma desde el momento de su descarga, uso y toma del servicio. Los posibles usuarios puede ser cualquier tipo de población que se interese por este tipo de servicio turístico, el único factor a conocer, es validar si el producto que se dará a conocer puede llegar a ser de su interés y si lo adquiriría por este mecanismo, incluyendo en este estudio, si el tipo de turismo que se ofrecerá, será una alternativa que tomaría sin lugar a duda.

## **Análisis del LeanCanva**

Este análisis permite identificar que los potenciales más fuertes de la idea del proyecto son el mercado y la monetización del producto a ofrecer (App Turística EcoHuella). La primera idea obtenida en el desarrollo de esta implementación del análisis, es el mercado; gracias al impacto que este ha presentado en los últimos años por su considerable crecimiento en la industria turística, donde se ofrecen paquetes turísticos, diversidad de destinos , alojamientos según la necesidad y sobre todo la conexión con el entorno natural y cultural.

Esta amplitud del mercado permitirá que el App tenga un crecimiento más amplio, porque abarca una cadena de clientes importantes, que para tomar un servicio necesitaran sin duda del otro. En este punto el producto App Turística permitirá que el usuario tenga una gama de los servicios más recomendados en el mercado del turismo, con variedad de precios, destinos y recomendaciones por otros dándole una confianza para tomar su servicio por este medio y el resultado se reflejara en el incremento de empresas que buscaran dar a conocer sus empresas para incrementar la cantidad de sus clientes y a su vez el App obtendrá ingresos económicos e incremento en usuarios que la descargan, monetizando más el valor de la misma y obteniendo así el segundo ítem de este análisis la monetización.

## **Hipótesis implementada**

Los turistas solicitan un producto que les permita tener al alcance de un clic una gama de servicios, que incluya todo lo que desea en un viaje sin tantos trámites e intermediadores, donde solo se preocupe por tomar el servicio. El turista necesita de un App que amplíe las opciones de los destinos que visita, de los lugares en los que se puede hospedar y de las actividades que pueda desarrollar en destino, además de otras opciones que lo conecten con el entorno natural y vivir experiencias como el acercamiento con comunidades indígenas, con el fin de conocer la importancia y cuidado de las mismas, además de otros servicios del mundo turístico, todo esto podrá ser encontrado en el App turística EcoHuella.

Los interrogantes planteados son; conocer el interés y la receptividad del usuario frente al tipo de servicio turístico que ofrecerá el App. Demostrando a través de una encuesta que este considera viable; el enfoque brindado de turismo natural y etnográfico, las opciones brindadas de nuevos destino, la amplitud y opciones del servicio, comparación de precios, opciones del servicios, catálogo de destinos y por último la facilidad para contratar el servicio.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Diseñar una APP turística que clasifique los destinos por tipo de turismo (Naturaleza, cultural) y la región de Colombia a visitar, incluyendo contenido innovador que brindará la oportunidad de comprar tiquetes aéreos o productos artesanales que cautivarán y facilitarán la experiencia digital del cliente.

### **Objetivos específicos**

- Realizar el prototipo de la App a través de MarvelApp.
- Desarrollar estrategias de marketing y publicidad en redes sociales para promover y promocionar la APP.
- Establecer en un periodo de 4 meses las conexiones y apoyo de las diferentes entidades involucradas con el etnoturismo y ecoturismo.
- Ejecutar en un periodo de 10 meses el modelo de negocio.

## Tipo de Investigación a realizar

El tipo de investigación a implementar es cuantitativo y cualitativo debido a que a través del formulario de la encuesta podremos cuantificar la cantidad de personas que pueden estar interesados en descargar la App y también que contenido le gustaría encontrar dentro de la misma, identificando sus gustos, intereses y la información importante que tiene en cuenta un usuario al momento de planear un viaje. Para ello utilizaremos encuestas con preguntas cerradas y abiertas que se enviarán a través de un link por medios como WhatsApp, Facebook e Instagram a usuarios tanto internos como externos que permitan extraer la mayor información y sintetizar la labor en el proyecto.

## Formulario de encuesta, entrevista o focus grupal

Debido al protocolo de bioseguridad que debemos llevar a cabo tras la pandemia, hemos realizado la encuesta de manera virtual, la cual se difundió por mecanismo como correo electrónico y red social como WhatsApp.



**Encuesta APP Turismo Digital**

A través de este cuestionario se pretende conocer la percepción del usuario frente al desarrollo de una App turística y el tipo de información que está pueda contener sobre el territorio Colombiano.

Nombre \*

Texto de respuesta corta

Edad \*

Texto de respuesta corta



Desde la App ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar?

- Flora y fauna
- Tradiciones y Costumbres
- Viajes y experiencias
- Otra...

Para el desarrollo de la App ¿Qué contenido es de su mayor interés?

- Imágenes
- Videos
- Mapas
- Reseñas
- Comentarios y sugerencias

¿Con qué frecuencia descarga aplicaciones en su móvil?

- Diariamente
- Ocasionalmente
- Nunca

Estaría usted interesado en descargar una App con información turística (Naturaleza y Cultural)? \* 1 punto

Si

No

En el momento de descargar una App usted se fija en? \* 1 punto

No me interesa

Su contenido

Su diseño

Su funcionalidad

¿Le interesaría una App que ofrezca su destino con opciones de tiquetes aéreos y alojamiento?

Si

No

¿Estaría usted interesado en adquirir desde la App productos artesanales elaborados por culturas indígenas?

Si

No

Fuente: Elaboración grupo trabajo a través de formulario google Forms

### Determine el Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestados que participaron se tomó en cuenta la siguiente información:

\*La población de estudio estuvo conformado por mujeres y hombres entre los 18 a 70 años, residentes de la ciudad de Bogotá conformada por 7,181.469 millones de habitantes, según fuentes estadísticas externas. Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

•Aplicando la fórmula de la muestra:  $n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 7,181.469
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (7,181.469)) / ((7,181.469) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$$

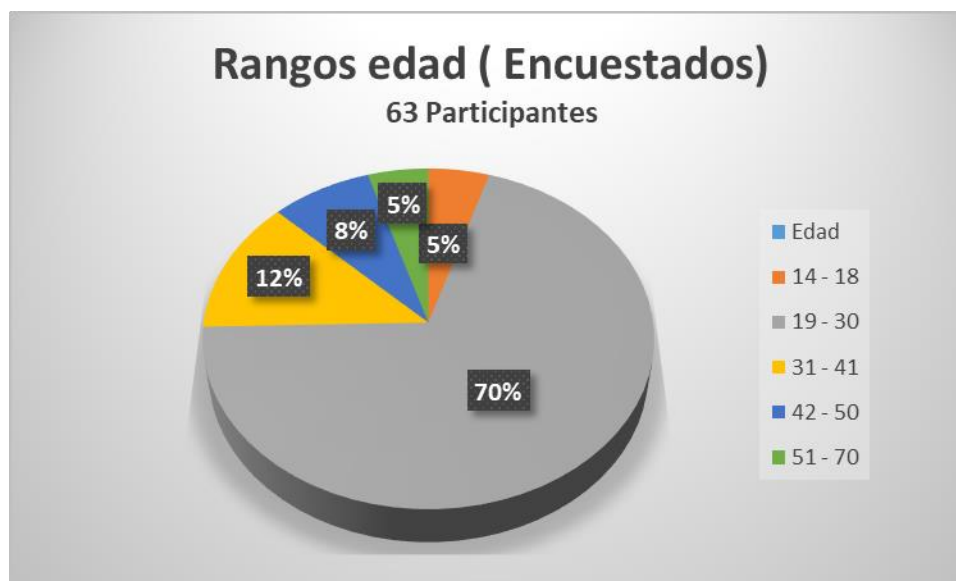
$$n = ((384) (0.25) (7,181.469)) / ((7,181.469) (0.0025) + (384) (0.25))$$

$$n = 689.421024 / 0.0179536725 + 0.96 \quad n = 689.421024 / 0.9779536725$$

$$n = 705$$

**Nota: Para este proyecto se aplicaron 63 encuestas a personas de la ciudad de Bogotá.**

### 13. Tabulación y análisis de la información



Fuente: Elaboración grupo trabajo

Los principales participantes de esta encuesta, se encuentran en un rango de edad entre los 19 a 30 años representados en un 70 % quienes representan a nuestros usuarios potenciales, en la implementación del App Turística, y demás rangos con porcentajes de 12% (31 - 41 años), 8% (42 – 50 años), 5 % (14 – 18 años ) y (51 – 70 años), quienes representan a clientes donde debemos validar sus mayores intereses, con el fin de generar contenido de agrado para generar descargas y uso del App por las personas que se encuentran en estos rangos de edad. Estos datos permitirán observar la percepción de cada uno de los encuestados, conocer lo que esperan del App, su contenido, beneficios, servicios y otras características que le gustaría al usuario se implementaran, con el fin de mejorar sus experiencias en la toma del servicio en el área, en campos ecoturismo, etnoturismo y otras ramas del área de este gran campo de servicios.



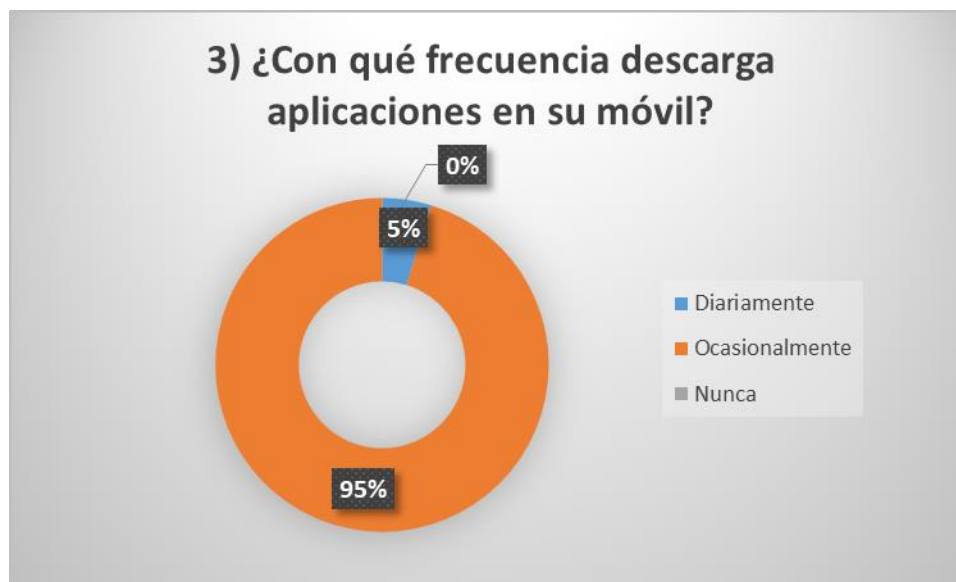
Fuente: Elaboración grupo trabajo

Conocer la percepción del tipo de contenido que el usuario piensa encontrar en la App, es muy importante para la ejecución de la idea de emprendimiento, donde se observó que el usuario además de querer adquirir un servicio desde la aplicación relacionada con ecoturismo y etnoturismo, está interesado en que la misma pueda ofrecerle otros servicios que contengan otro tipo de información; relacionada al campo de estudio del turismo. Los valores obtenidos reflejan que los viajes y las experiencias marcan un notable interés del 50% por usuarios, que quieren adquirir un App que les permita acercarse más a esta experiencia. De igual manera el gran interés que demuestran por contenidos como biodiversidad 25 % y tradiciones - costumbres representadas en un 21%, dando a conocer que están interesados que este tipo de información se facilite con el uso de la aplicación. Además se encontró un 4% de usuarios que están interesados que este servicio contenga otro tipo de información como; Aventura extrema, gastronomía entre otro tipo de actividades, que no se tenían previstas en el diseño.



Fuente: Elaboración grupo trabajo

Uno de los objetivos del App turística es que el usuario pueda tener a la mano la información frente a sus gustos y a su vez pueda adquirir el servicio desde la plataforma, pero además la aplicación le pueda ofrecer un servicio innovador, con gran calidad de contenido y un buen diseño. Se evidencia que el 23% de los encuestados, espera hallar en la App una galería con gran variedad de imágenes, además de contenidos en videos representados por el 32% de usuarios que muestran mayor interés por encontrar este contenido, reflejándolo como un valor que acerca más al usuario a la experiencia. Se demuestra también un interés representado por el 20 % de usuarios que indican que los comentarios y sugerencias; son un factor clave para la toma de un servicio aún más en el área turística. Por último en porcentajes muy cercanos, encuestados demuestra que la implementación de mapas reflejada en un 11%, es criterio que estaría bien incorporarlo y otro porcentaje del 14 % indica que las reseñas son un valor importante en este tipo de servicios App Turísticos.



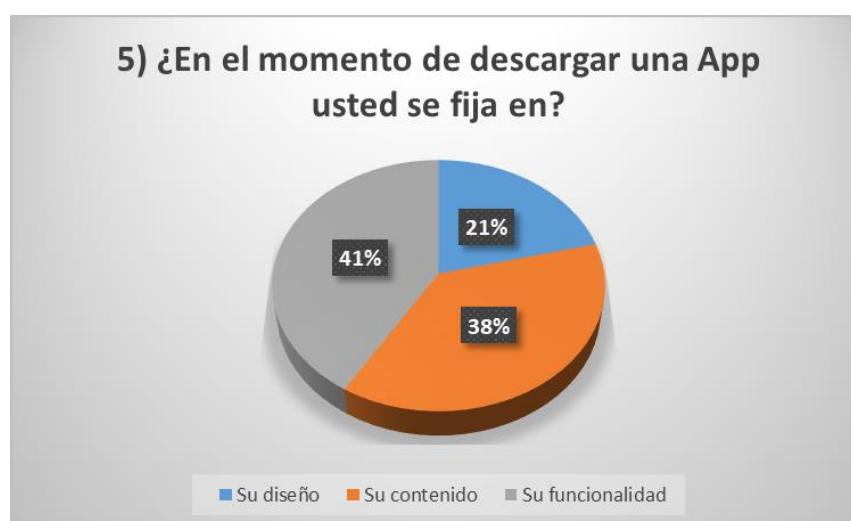
Fuente: Elaboración grupo trabajo

En el momento actual en que vivimos, las alternativas para adquirir servicios a un clic, se convirtieron en el mayor motivo para el uso de las App, con el objetivo de que estas se conviertan en un aliado y complemento para la toma de cualquier servicio. El resultado de 95 % evidenciado en la gráfica, demuestra que el compartimiento de los usuarios es a realizar ocasionalmente la descarga de un App y en un 5% manifestando descargas diarias. Estos criterios dan un alivio para el lanzamiento de la aplicación turística, ya que el usuario busca encontrar y descargar un servicio que le agrade, que tenga a la mano, que contenga diversidad de información y servicios de interés.



Fuente: Elaboración grupo trabajo

Este criterio permitió confirmar que la idea del diseño y lanzamiento del App Turística EcoHuella es un producto que a través de su contenido será muy bien aceptado por el público, esto lo comprobó el 98 % de encuestados que consideran que este puede ser un muy producto App para la industria turística dedicada a estas ramas. Pero el 2 % que siente que le gustaría encontrar otro tipo de producto, nos permite conocer que los servicios adicionales, con otros tipos de intereses turísticos también son importantes y se pueden implementar con el fin de tener una gama más amplia de los servicios ofrecidos desde la aplicación.



Fuente: Elaboración grupo trabajo



Los intereses del usuario respecto al contenido que le gusta encontrar en un App se representan por tres factores principales; diseño, contenido y funcionalidad que en este estudio representa un 41 % de importancia su funcionalidad, siendo uno de los factores más esperados por un usuario cuando descarga un App, queriendo que esta tenga un buena interfaz, su servicio sea rápido y seguro, que sea de fácil manejo y cubra una función realmente, además de brindar todos los servicios para la toma de un servicio turístico. Anexo a esto el contenido es un factor importante para atraer un cliente, ya que los resultados indican que el 38% se preocupa por la calidad del contenido, siendo este valor de atracción para descargar o no el App, y por último el diseño en 21 % representa que la parte visual sigue siendo un factor fundamental para trabajar en la plataforma, ya que este puede reflejar los gustos, intereses y motivos para adquirir un producto.



Fuente: Elaboración grupo trabajo

Este criterio quería validar la factibilidad de ofrecer atreves del App la opción de conseguir tiquetes aéreos y manejo de reservas atreves de la misma y el resultado que se

refleja es un 100% de los encuestados que admite que es una idea atractiva, que puede mejorar los tiempos en los viajes y facilitar los procesos de reservas, que son tan angustiantes y demorados. Siendo este criterio un plus que se puede añadir a la propuesta ya inicial, con el fin; de mejorar, ampliar el servicio, llegar a más usuarios, generar nuevos clientes, pactar nuevos proveedores y obtener descargas para el uso de la App turística.



Fuente: Elaboración grupo trabajo

El implementar un espacio para el apoyo a diferentes comunidades indígenas es un paso que el App quiere lograr, con el objetivo de brindar un apoyo y rentabilidad a las familias que habitan estos espacios visitados por los turistas a través del servicio que contratan desde el App. Como resultado se evidencia que el 86% manifiesta su intención de adquirir los productos artesanales que las comunidades indígenas ofrezcan por la plataforma, resalto que este es un espacio para el apoyo a las comunidades, que no tendrá ningún costo para ellas. El 14 % se puede interpretar como el reflejo de usuarios que están interesados en adquirir otro tipo de productos y que se debe validar cuales pueden ser de interés para ofrecerlos por este mismo canal.

## 8 ¿Qué otro tipo de información o contenido le gustaría encontrar en la App, sobre turismo?

Este criterio permite validar cuales son los otras peticiones, interés y motivos manifestados por el encuestado que debe contener el App Turística, para implementar en la plataforma, las cuales consideran son interesantes e importantes para aplicar en el contenido. Por tal razón se clasifican según el campo de interés, con el fin de validar; su implementación, factibilidad e interés reales del usuario final que descargar el App.

<p style="text-align: center;"><b>Naturaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Ecología (Información de recursos naturales)</li> <li>*Ecoturismo (Senderos)</li> <li>*Biodiversidad Flora y fauna</li> <li>*Información del clima</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Cultural</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Cultura (Estilos de vida y actividades)</li> <li>*Turismo comunitario</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Gastronomía</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Recomendación e información de Restaurantes</li> <li>*Información comida Típica lugares</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Alojamiento y Transporte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Información tiquetes</li> <li>*Información de carreteras, peajes y tiempos</li> <li>*Información de alojamientos y hoteles</li> <li>*Transporte</li> <li>*Información hospedaje para mascotas</li> <li>*Reseñas de alojamientos</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Planes Turísticos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Planes Turísticos en destinos (Puntos turísticos principales)</li> <li>*Rutas Turísticas</li> <li>*Lugares deportes extremos</li> <li>*Recorridos guiados</li> <li>*Caminatas y planes de camping</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Precios, costos, promociones (Comparación de precios)</li> <li>*Clasificación de atractivos según precio y comodidad</li> <li>*Recomendación planes económicos</li> <li>*Ofertas finca raíz turística</li> <li>*Descripción y comparación de paquetes turísticos</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Otras Solicitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Reseñas de usuarios del App</li> <li>*Experiencias – Consejos - Recomendaciones - Historias</li> <li>*Principales características de los destinos en Colombia</li> <li>*Planes diferentes, poco comunes del área turística</li> <li>*Información en varios idiomas</li> <li>*Implementación biblioteca móvil turística</li> <li>*Sitios turísticos más demandados</li> <li>*Galería de imágenes sitios interés turísticos</li> </ul>	

Fuente: Elaboración grupo trabajo

## CONCLUSIONES

\*Luego de estructurar la idea de la App y validar su percepción de los posibles usuarios, se encontró que la misma es de gran interés y puede ser muy bien aceptada en el mercado por su contenido enfocado en; ecoturismo, turismo etnográfico y otros derivados del turismo, donde se observó que esta App puede facilitar los procesos del cliente en esta área que ocupa un gran porcentaje en el campo turístico y que incentivara al turista a adquirir diferentes tipos de servicio a través del App EcoHuella.

\*Una vez se analizó el estudio de campo implementado, se evidencia que se debe reforzar el contenido de nuevas ideas de otras áreas del turismo con el fin de llegar a nuevos usuarios, que demuestran intención en usar el App solo si encuentran contenido de su interés. Por esto se trabajara en analizar estas otras tipologías del turismo con el fin de ofrecer y facilitar este tipo de servicios a los futuros usuarios.

Se llega a la conclusión de que el turista es un gran potencial que promueve y promociona el turismo en el territorio colombiano y la conexión que este genere a través de la aplicación diseñada, permitirá dar a conocer el país como un destino biodiverso en culturas y naturaleza. Se debe tener en cuenta que actualmente el mercado ofrece diferentes servicios que pueden mejorar la experiencia de los usuarios. Es por esto que se concluye que la App ofrecerá un servicio innovador al integrar varias opciones frente a la necesidad del cliente potencial identificado.

## BIBLIOGRAFÍA

\*Alcaldía de Bogotá. (s.f.). Documentos para TURISMO : Reglamentación. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=20482#:~:text=Modifica%20la%20Ley%20300%20de,comprende%20la%20capacitaci%C3%B3n%20y%20la>

\*Fontur. (s.f.). Estrategia de turismo para Colombia. Obtenido de [https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/ESTUDIO%20MCKIENS EY/1.\\_PRIMER\\_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE B.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENS%20EY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE B.PDF)

\*ISO TOOLS. (2015). 5 ejemplos de indicadores de calidad que no pueden faltar en tu plan. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan>

\*Martinez, A. (2016). From Medium. Obtenido de Indicadores clave para aplicaciones móviles: <https://medium.com/@alanmartinez/https-medium-com-alanmartinez-indicadores-clave-para-aplicaciones-9287d298c20e>

\*MinTic. (s.f.). Leyes. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Normatividad/Leyes/>

\*Pereira, B. G. (s.f.). Entrepreneur. Obtenido de 10 claves de una empresa exitosa: <https://www.entrepreneur.com/article/267029>

\*Rojas, Laura. (2013). ENTER. Obtenido de ¿Viajando por Colombia? Seis apps para enamorarse de sus ciudades: <https://www.enter.co/cultura-digital/ciudadinteligente/viajando-por-colombia-siete-apps-para-enamorarse-de-sus-ciudades/>

*\*StudyLIB. (s.f.). Ficha Técnica Aplicación Móvi. Obtenido de*

*<https://studylib.es/doc/5493674/ficha-t%C3%A9cnica-aplicaci%C3%B3n-m%C3%B3vil>*

*\*ConexionCapital. (2019). Bogotá tiene 7'181.469 habitantes, según último censo del DANE.*

*Obtenido de <https://conexioncapital.co/bogota-habitantes-ultimo-censo-del-dane/>*