



Universidad Nacional de Educación
Enrique Guzmán y Valle
Alma Máter del Magisterio Nacional

PROYECTO PRODUCTIVO EN GUIA DE TURISMO CREANDO UNA APP

CON IA

1.- Datos Informáticos

1.1 Nombre del Proyecto: Guía de Turismo creando una APP con IA

1.2 Responsables: Alumno: Elías Quispe Vargas

Alumno: Ana Luz Mendoza Sanchez

Alumno: Orlando Germán Munguía Huayta

1.3 Universidad: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle - CANTUTA

1.3 Localización: Lurigancho - Chosica

1.4 Fecha de Inicio: 04 Noviembre 2024

1.5 Fecha de Término: 21 Diciembre 2024

2.- Fundamentos del Proyecto

Santa Eulalia es un distrito de Huarochirí ubicado en la provincia de Lima, conocido por su belleza natural, paisajes montañosos, zonas de aventura, y su cercanía a la ciudad capital. Aunque muchos turistas pasan por alto este destino, tiene un enorme potencial para ser un atractivo turístico más accesible para los limeños y turistas nacionales o internacionales. La app permitiría mostrar de manera organizada y accesible todos los recursos turísticos que el distrito ofrece, desde sus rutas de senderismo hasta su gastronomía local.

Santa Eulalia es una zona ideal para el **turismo de aventura** (senderismo, rafting, ciclismo de montaña, etc.) y el **turismo rural**, con paisajes de montañas, ríos y una vida natural exuberante. La app podría ofrecer rutas y actividades para los turistas interesados en deportes al aire libre, ayudando a promover un tipo de turismo que aún está poco desarrollado en muchas zonas de Perú, pero que tiene un creciente interés. Además, podría incluir detalles de seguridad, recomendaciones sobre guías locales y equipo adecuado, así como advertencias sobre condiciones climáticas.

El fundamento principal del proyecto de crear una app de guía de turismo para **Santa Eulalia (Huarochiri)** se centra en **destacar el potencial turístico de la zona**, mejorar la **experiencia del visitante**, y **fomentar el turismo sostenible**. Además, permitiría mejorar la **conectividad** de los turistas con la información local, apoyar la **economía local** y promover una forma más **responsable** de disfrutar la belleza natural y cultural de este distrito, que tiene mucho que ofrecer, pero aún no está completamente aprovechado como destino turístico

2.1 Justificación del Proyecto

El proyecto de crear una app para la **guía de turismo en Santa Eulalia** se justifica principalmente por el **potencial turístico** no explotado de la zona, la necesidad de una plataforma **centralizada y accesible** para los turistas, y la **oportunidad de fomentar un modelo de turismo sostenible** que beneficie tanto a los visitantes como a la comunidad local. Además, la app facilitaría el **acceso a la información**, promovería el **desarrollo económico local**, mejoraría la **seguridad del turista**, y contribuiría a la **conservación** de los recursos naturales y culturales de Santa Eulalia. Todo esto, alineado con las tendencias globales del turismo y las nuevas demandas de los turistas post-pandemia, haría de esta app una herramienta clave para posicionar a Santa Eulalia como un destino turístico sostenible, accesible y atractivo.

2.2 Mercado

2.2.1 Turistas locales y limeños

- **Demografía:** Personas que residen en Lima y alrededores, principalmente de clase media y alta, con un interés por escaparse de la rutina y disfrutar de la gastronomía local sin viajar grandes distancias.
- **Necesidades:** Conocer los **restaurantes locales, platillos típicos** de la zona, **mercados** y **puestos de comida tradicional** en Santa Eulalia. Información sobre la ubicación de restaurantes familiares, **cocinados a la leña**, y **menú autóctono**.
- **Intereses:** Turismo gastronómico, comida típica de la sierra, platos tradicionales como la pachamanca, **cuy chactado**, y **caldo de gallina**. La búsqueda de **escapadas gastronómicas** con una experiencia auténtica.

2.2.2 Turistas nacionales

- **Demografía:** Personas de otras regiones del país que visitan Lima o sus alrededores y buscan conocer la gastronomía local de Santa Eulalia.
- **Necesidades:** Saber dónde probar la **comida típica**, opciones de **menús regionales** y conocer la historia detrás de los ingredientes autóctonos como el **chuño, papa** y **maíz**. También información sobre **mercados locales** y **ferias gastronómicas**.
- **Intereses:** **Turismo rural** y **gastronómico**, experimentar sabores típicos de la sierra limeña, **turismo cultural** y aprender sobre la relación entre la comida y las tradiciones de Santa Eulalia.

2.2.3 Turistas internacionales

- **Demografía:** Visitantes extranjeros interesados en la **gastronomía peruana**, especialmente aquellos que ya han probado la cocina peruana en Lima o Cusco y buscan **experiencias gastronómicas auténticas** en zonas menos masificadas.
- **Necesidades:** Acceso a información sobre restaurantes locales, mercados típicos y alimentos autóctonos de Santa Eulalia, con recomendaciones en idiomas como inglés, francés y otros idiomas de turistas potenciales.
- **Intereses:** **Turismo gastronómico** y **experiencias culinarias auténticas**. Buscan conocer platos locales como **el caldo de gallina** o **el cuy chactado**, y la **gastronomía andina** que caracteriza a Santa Eulalia. A menudo también buscan actividades que les permitan **aprender a cocinar** platos locales.

2.2.4 Foodies y amantes de la gastronomía

- **Demografía:** Personas apasionadas por la **comida**, que disfrutan de explorar **sabores nuevos** y quieren experimentar las **gastronomías regionales**. Este grupo incluye tanto a locales como a turistas nacionales e internacionales.
- **Necesidades:** Información sobre la **mejor comida callejera**, **restaurantes tradicionales** y **cocinas familiares**, así como la **historia gastronómica** de la zona, recetas locales y la posibilidad de conocer el proceso de preparación de platos tradicionales.
- **Intereses:** Descubrir **sabores auténticos**, explorar mercados locales como el **mercado de Santa Eulalia**, probar **comida regional** y participar en **tours gastronómicos**.

2.2.5. Aventureros y ecoturistas interesados en la comida local

- **Demografía:** Personas interesadas en combinar **aventura** y **ecoturismo** con el disfrute de la gastronomía local. Este segmento de mercado busca una **experiencia completa**, que incluya actividades al aire libre como **senderismo** o **rafting**, pero también desea conocer la **comida típica** de la zona.
- **Necesidades:** Conocer **lugares para comer** después de realizar actividades, como **restaurantes típicos**, o incluso **comidas campestres** en zonas rurales. También, la posibilidad de disfrutar de **comidas típicas preparadas con productos locales** obtenidos de la región.
- **Intereses:** Buscar **recetas locales**, ingredientes tradicionales y **experiencias gastronómicas en la naturaleza** (como la **pachamanca** o **picnic rural**), donde la comida forma parte de la experiencia de estar en el campo.

2.2.6. Oportunidades del mercado:

1. **Crecimiento del turismo gastronómico:** Perú ha ganado reconocimiento mundial por su gastronomía, y los turistas están cada vez más interesados en conocer platos regionales fuera de los circuitos turísticos tradicionales.
2. **Turismo de proximidad:** En tiempos post-pandemia, los turistas prefieren escapadas cerca de la ciudad, y Santa Eulalia se presenta como un destino ideal para disfrutar de la comida tradicional sin alejarse mucho de Lima.
3. **Consolidación del perfil de "foodies":** Los turistas que buscan experiencias gastronómicas únicas están cada vez más interesados en conocer los ingredientes autóctonos y las formas de cocción tradicionales. Santa Eulalia, con su oferta de platos típicos, tiene una oportunidad de captar a este público.

3. Características de la Guía de Turismo

1. Recomendaciones Personalizadas: Mostrando un análisis entre las preferencias del usuario (gustos, intereses, presupuesto) para ofrecer recomendaciones de lugares y actividades.
2. Chatbot Integrado: Un asistente virtual que responda preguntas en tiempo real sobre el destino, horarios, disponibilidad y recomendaciones.
3. Mapas Interactivos: Integración de mapas que muestren rutas optimizadas, puntos de interés y la ubicación de servicios (hoteles, restaurantes, atracciones).
4. Contenido Multimedia: Videos, fotos y descripciones detalladas de lugares y actividades para enriquecer la experiencia del usuario.
5. Eventos y Actividades en Tiempo Real: Información actualizada sobre eventos locales, festivales y actividades que se desarrollen en la zona.
6. Sistema de Calificaciones y Reseñas: Permitir a los usuarios dejar comentarios y calificaciones, que la IA pueda analizar para mejorar las recomendaciones.

4. Objetivos

4.1 Objetivos General

Crear una aplicación móvil que ofrezca a los turistas una guía personalizada de destinos, actividades, restaurantes y servicios, utilizando IA para adaptar las recomendaciones según las preferencias del usuario.

4.2 Objetivos Específicos

buscan principalmente **promover la gastronomía local, facilitar la conexión entre turistas y proveedores gastronómicos, mejorar la experiencia del visitante** a través de funciones interactivas, y **fomentar la sostenibilidad** en las prácticas culinarias. Además, se enfocan en **aumentar el número de visitantes** y el **impacto económico** generado por el turismo gastronómico, asegurando que Santa Eulalia se posicione como un destino culinario atractivo dentro de la región

5. Estructura del Proyecto

5.1 Etapas de Desarrollo

1. Investigación de Mercado: Identificar las necesidades y preferencias de los turistas.
2. Desarrollo del Prototipo: Crear una versión inicial de la aplicación con funcionalidades básicas.
3. Pruebas de Usuario: Recoger feedback de un grupo de usuarios para ajustar la aplicación.
4. Lanzamiento: Publicar la aplicación en plataformas móviles (iOS y Android).
5. Marketing y Promoción: Estrategias para dar a conocer la aplicación entre los turistas.
6. Actualizaciones y Mejoras: Recoger datos de uso y feedback para mejorar continuamente la aplicación.

5.2. Tecnologías Utilizadas

1. IA y Machine Learning: Para el análisis de datos y personalización de recomendaciones.
2. Geolocalización: Para ofrecer recomendaciones basadas en la ubicación actual del usuario.
3. Bases de Datos: Almacenamiento de información sobre destinos, actividades, restaurantes, etc.

6. Monetización

1. Suscripciones Premium: Ofrecer contenido exclusivo o funcionalidades avanzadas por una tarifa.
2. Publicidad: Colocar anuncios de empresas locales (hoteles, restaurantes) que deseen promocionarse en la aplicación.
3. Colaboraciones: Asociarse con agencias de viajes o operadores turísticos para ofertas especiales.

7. Impacto Esperado

1. Mejorar la experiencia del turista al ofrecer información relevante y personalizada.
2. Apoyar a los negocios locales al incrementar su visibilidad.
3. Fomentar un turismo más sostenible al facilitar el acceso a información sobre actividades ecológicas y responsables.

8.Cronograma

FASE	SEMANA	ACTIVIDAD
Fase 1: Investigación y Planificación	Semana 1-2	Análisis de mercado: Investigación de aplicaciones existentes y necesidades del público objetivo.
	Semana 3-4	Definición de objetivos y características de la app (funcionalidades, modelo de negocio).
Fase 2: Diseño de la App	Semana 5-6	Prototipo y diseño UX/UI: Crear wireframes y pantallas principales.
	Semana 7-8	Pruebas de usuario: Ajustes en el diseño basados en feedback.
Fase 3: Desarrollo	Semana 9-12	Desarrollo de la arquitectura: Configuración de base de datos, servidores, y funcionalidades básicas.
	Semana 13-16	Funciones avanzadas: Integración de mapas, geolocalización, recomendaciones e itinerarios.
Fase 4: Pruebas y Ajustes Finales	Semana 17-18	Pruebas beta: Recolectar feedback y solucionar problemas.
	Semana 19-20	Ajustes finales: Mejoras en velocidad, estabilidad y optimización para diferentes dispositivos.
Fase 5: Lanzamiento y Marketing	Semana 21-22	Preparación para el lanzamiento: Materiales promocionales, plan de marketing.
	Semana 23-24	Lanzamiento oficial: Publicación en tiendas de aplicaciones y comienzo de campaña de marketing.
Fase 6: Mantenimiento y Actualizaciones	Ongoing	Monitoreo constante, actualizaciones, y nuevas funciones basadas en el feedback de los usuarios.

9. Materiales y Recursos

Los recursos que se ejecutaron son:

- a) Humanos. Son las personas que van a organizar las actividades del proyecto. Ha de indicarse si son miembros de la asociación o colectivo o son profesionales que van a cobrar por su participación en el mismo.

- b) Materiales. Dentro de esta clasificación pueden distinguirse en fungibles (que van a gastarse en el transcurso de las actividades), ejemplo de ello son fotocopias, cartelería, material de oficina, etc.; o material inventariable (no fungible), como por ejemplo equipos informáticos, equipos audiovisuales, mobiliario, etc.).

- c) Económicos. Son todas aquellas aportaciones económicas de las que disponga la asociación o colectivo: cuotas de socios, donaciones, ventas, etc.

10. Presupuesto de ingresos y gastos previstos

Ingresos previstos

Ventas de la app:

Modelo de pago único: El usuario paga una sola vez para descargar la app.

Modelo de suscripción: Los usuarios pagan una tarifa mensual o anual para acceder a los servicios premium o funcionalidades exclusivas.

Publicidad dentro de la app: Generación de ingresos a través de anuncios en la app (como banners o videos).

Ofertas y promociones de empresas turísticas: Ingresos por acuerdos con hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros servicios turísticos que ofrezcan promociones dentro de la app.

Venta de servicios adicionales:

Tours guiados virtuales o presenciales: Venta de servicios de guías turísticos adicionales a través de la app.

Acceso a contenido premium: Mapas detallados, itinerarios personalizados o información adicional exclusiva para usuarios pagos.

Comisiones por reservas y ventas asociadas:

Comisiones por reservas de hoteles, transportes o entradas: Ingresos derivados de colaboraciones con plataformas de reservas, como Booking, Expedia, etc., por cada reserva realizada a través de la app.

Ventas de productos turísticos: Venta de entradas para museos, parques o eventos a través de la app, obteniendo una comisión por cada venta realizada.

Gastos previstos

Desarrollo y mantenimiento de la app:

Desarrollo inicial: Costo de contratar desarrolladores para crear la app, incluyendo diseño, funcionalidades y pruebas.

Mantenimiento y actualizaciones: Gastos recurrentes para mantener la app actualizada, corregir errores, agregar nuevas funcionalidades y garantizar su funcionamiento continuo.

Gastos de servidores y alojamiento: Costo de hosting para almacenar los datos de los usuarios y el contenido de la app (si aplica).

Marketing y publicidad:

Campañas de lanzamiento: Gastos para dar a conocer la app (publicidad online, influencers, promociones).

Publicidad continua: Inversiones para mantener el posicionamiento de la app en las tiendas de aplicaciones y promocionar su uso.

SEO y ASO (App Store Optimization): Costos relacionados con la optimización de la app en las tiendas para mejorar su visibilidad.

Personal y recursos humanos:

Salarios del equipo: Costos asociados a los empleados involucrados en el proyecto (desarrolladores, diseñadores, personal de marketing, guías turísticos, etc.).

Consultores y expertos: Si es necesario contratar consultores o expertos en turismo, marketing digital, UX/UI, etc.

Costos operativos generales:

Licencias y permisos: Costo de obtener permisos o licencias para operar la app en los distintos mercados.

Soporte al cliente: Gastos relacionados con la atención al cliente (personal, plataformas de soporte, etc.).

Seguro: Gastos relacionados con seguros de responsabilidad civil, ciberseguridad, etc.

Contabilidad y legalidad:

Contabilidad y auditoría: Costos asociados con los servicios contables y fiscales necesarios para llevar la administración del proyecto.

Servicios legales: Honorarios para asesoría legal en cuanto a contratos, propiedad intelectual (derechos de autor, patentes), y cumplimiento de normativas locales e internacionales.

11. anexos u otros

