



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Recinto Universitario Rubén Darío
Facultad de Educación e Idiomas
Departamento de Francés
Carrera Turismo Sostenible

Seminario de Graduación para Optar al Título de Licenciatura en Turismo
Sostenible

Tema: Emprendimiento y Turismo Creativo en Nicaragua

Subtema:

Propuesta de emprendimiento turístico, a través de la aplicación móvil CODA, para el desarrollo de Tour Virtual en las edificaciones religiosas en las ciudades de Granada, León y Managua. Julio – Diciembre 2022.

Autores:

- Br. Díaz Obando Jacinto Joberi
- Br. Rocha Narváez Aldric Rogelio
- Bra. Thomas Rivera Jenniffer Elizabeth

Tutora: Lic. Ana Patricia Arce

Managua, Nicaragua 25 de noviembre de 2022.

Dedicatoria

Este seminario está dedicado a:

A Dios, primeramente, por ser la guía, fortaleza, fidelidad y el amor hasta el día de hoy.

A nuestros padres, por ser nuestros primeros guías con su amor, paciencia y el apoyo incondicional que nos brindaron, por el esfuerzo que hicieron estos años para suplir nuestras necesidades.

A nuestros maestros, por su enseñanza en estos años por impulsarnos a no rendirnos y culminar nuestra carrera, a familiares que nos apoyaron de alguna u otra manera, a nuestros compañeros y amigos por ser compañía en esta travesía universitaria.



Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por la vida, por mantenerme siempre en el camino correcto, por darme las oportunidades para superarme, por enseñarme a través de sus escrituras podemos encontrar fuerzas motivación y esperanza.

Gracias a mi madre por darme siempre su apoyo y esforzarse para que yo siguiera estudiando, por darme todo lo que necesitaba, aunque no le quedara nada, por su sacrificio que ha valido la pena, por sus ánimos que siempre me dio y no se equivocaba.

A mis compañeros de seminario, por ser comprometidos y darle la importancia que tiene este trabajo, por su perseverancia que nos lleva cumplir esta meta juntos.

A mis maestros de la carrera, por compartir su conocimiento con motivación, pasión por la enseñanza que nos brindaron durante 5 años, por demostrarnos que éramos y fuimos capaces de superar las adversidades para llegar a la meta, por transmitir el amor por nuestra carrera, especialmente a quienes fueron nuestros maestros guías que siempre se esforzaban para solucionar los problemas en que nos metíamos, a todos los de alguna manera nos ayudaron principalmente en los últimos años gracias por su apoyo y conocimiento.

A las personas que siempre me apoyaron, sin esperar nada a cambio cuando estuve en dificultades nunca me dieron la espalda, a mis amigos que siempre me recordaban lo importante que era que me superara y me decían que no dejara de estudiar sin importar las oportunidades que se me presentaran.

Gracias a mi novia que desde que la conocí siempre me ha apoyado en mis estudios, en mis tareas y en mi bienestar físico-mental, y por su ayuda incondicional con mis deberes en la universidad.

Jacinto Díaz



Primeramente, le doy gracias a Dios por permitirme finalizar mi carrera.

Agradezco también a mi familia en especial a mis abuelos Mario Martin Narváez Álvarez y Adela del Rosario Navas porque siempre me han apoyado e impulsado a seguir adelante.

De igual forma agradezco a todas aquellas personas que formaron parte de mi vida y me brindaron su apoyo, me siento enormemente agradecido porque el sacrificio que hice ha dado buenos resultados.

Agradezco a todos y cada uno porque si su gran ayuda no hubiese podido llegar a concretar una de las metas más importantes para mí.

Aldric Rocha



Agradezco a Dios, primeramente, que me ha permitido llegar hasta este punto en mi vida en el que he logrado concluir mi carrera.

Mi profundo agradecimiento a mis padres, que han sido pilares fundamentales, que siempre han estado conmigo, con su apoyo y consejos para hacer de mí una mejor persona, hija, hermana, amiga, estudiante; por inculcarme luchar por mis sueños por confiar y creer en mí.

De igual forma a los que hacen posible el conocimiento dentro y fuera de las aulas de clases, los excelentes maestros que enseñan con pasión y dedicación, en especial a nuestra tutora Ana Arce por su paciencia y comprensión para el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, a mis compañeros de carrera por los buenos y malos momentos, porque a pesar de las adversidades nos mantuvimos firmes durante estos 5 años, en especial a Alfonso García, Aldric Rocha, Valeska Sánchez, Francis Martínez, y Jacinto Díaz que hicieron de la universidad un viaje ameno y lleno de recuerdos que me llevo en el corazón.

Jennifer Thomas



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Propuesta de emprendimiento turístico, CODA, aplicación móvil para el desarrollo de Tour Virtual, Audio guiado y guía informativa digital en las ciudades de Granada, León y Managua. Julio – diciembre 2022.

Valoración del Docente



Resumen Ejecutivo

Nicaragua es un país multicultural y multiétnico, que posee sitios de relevancia histórica, culturales y naturales que juegan un papel muy importante en el impulso y fortalecimiento del turismo en el país.

El presente trabajo se desarrolla en las ciudades de Managua, León y Granada, con la finalidad de aportar a la diversificación de las oportunidades de aprovechamiento de la oferta turística y cultural que ofrecen estos destinos para los visitantes.

Estas ciudades, consideradas insignias, cuentan con edificaciones religiosas que poseen una impresionante arquitectura, pero más importante su historia, por ello se pretende impulsar el turismo en estos sitios de gran valor en el país, procurando, de esta manera aportar socio-económicamente, mediante esta propuesta de emprendimiento enfocada en el rescate cultural de una manera innovadora.

Este documento contiene el proceso de creación de un emprendimiento turístico digital, detalla su fase de concepción de la idea, define los principales beneficiarios, así mismo detalla la respectiva matriz de recursos y capacidades humanas, y el presupuesto inicial requerido para llevar a cabo este proyecto, finalmente contiene también las estrategias de marketing adecuadas de acuerdo a las características de este emprendimiento.

Se presenta, por consiguiente, una propuesta de emprendimiento que busca dar solución a una problemática real sobre la escasa información que existe en las edificaciones religiosas en las ciudades de Granada, León y Managua, ciudades con alta vocación turística, promoviendo, además, el rescate y revalorización de la historia y la cultura de las edificaciones religiosas más importantes, haciendo uso de la tecnología con la intención de integrar al destino al mundo actualizado y cada vez más accesible a los turistas y viajeros internacionales.



Índice

I. Introducción	1
II. Justificación	6
III. Objetivos	10
Objetivo General:	10
Objetivos Específicos:	10
IV. Desarrollo del Subtema	11
4.1 Proceso Creativo	13
4.1.1 Propuesta de Valor	16
4.2 Modelo de Negocio	18
4.2.1 Mecanismo de Visualización	18
4.2.2 Herramienta CANVA	24
4.3 Matriz de Recursos, Capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado	29
4.3.1 Matriz de Recursos	29
4.3.1 Matriz de Capacidades Humanas	31
4.3.2 Matriz de presupuesto	36
4.4 Acciones de Marketing para el emprendimiento	41
V. Conclusiones	46
VI. Bibliografía	48
VII. Anexos	49

I. Introducción

En la actualidad, el turismo forma parte de las principales industrias económicas y culturales en todos los países, convirtiéndose también en una importante fuente generadora de ingresos, principalmente para las economías en crecimiento.

Según la empresa de consultoría internacional IBIS-World (2022), encargada de realizar estudios internacionales sobre las economías de las industrias más importantes del mundo, la industria turística genera alrededor del 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial. Esta misma empresa revela que, a pesar de las consecuencias generadas por la reciente pandemia y sus evidentes secuelas principalmente en el sector turismo, esta industria, se posiciona para este periodo como la cuarta industria con mayor crecimiento económico a nivel mundial con un total general de 27.40%.

Una de las principales fortalezas de la industria turística es la facilidad que provee para integrar al resto de industrias alrededor de una actividad, es decir, la inclusión de empresas orientadas a la prestación de servicios, tales como alimentos y bebidas, transportes, alojamientos, agencias de viajes, entre otras, permite que el turismo se fortalezca y genere ingresos económicos provenientes de diversas fuentes.

Tal y como la industria turística se fortalece con la prestación de servicios de diversas empresas, también ofrece una variedad de actividades que permiten diferenciar entre varios tipos de turismo, en dependencia de la finalidad con la que se viaje o de las actividades que se deseen realizar. Por ello, entre los tipos de turismo más conocidos están, el turismo de sol y playa, ecoturismo, turismo de negocios, turismo rural y comunitario entre otros.



A pesar de la variedad de actividades que se pueden realizar, esta industria está en constante regeneración, evolucionando, integrando y desarrollando cada vez más nuevas experiencias para los viajeros, es por ello, que constantemente, la evolución del turismo trae consigo la aparición de tendencias turísticas cada vez más diversas.

Es de importancia, también, mencionar la tendencia del llamado, Turismo 4.0, que no es más que la promoción de la inserción de las tecnologías a la industria turística en todos los campos, la más reciente tendencia a nivel mundial es la práctica del turismo en realidad virtual, la integración de dispositivos para el servicio de auto guiado, así como otros servicios relacionados con las reservas de los distintos servicios turísticos.

En el mercado turístico, esta tendencia que revoluciona el turismo, ha facilitado que el viajero decida realizar sus viajes por las facilidades y la accesibilidad que poseen estos destinos para darse a conocer; ya que el turismo está en constante cambio y adaptación es necesario aplicar estas herramientas tecnológicas para formar parte del mercado mundial.

En este contexto, es válido hacer mención de la importancia que se ha otorgado al termino de turismo cultural y lo que esto implica, la revalorización de todo el entorno cultural y social que rodea las actividades y los espacios que se consideran de alto valor tanto material como inmaterial, siendo una de las bases del anhelado turismo sostenible. A este buscado equilibrio turístico y se integra recientemente el ya conocido turismo creativo.



Así por ejemplo, con la finalidad de consolidar esfuerzos para lograr desarrollar el ya mencionado, Turismo Sostenible, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO), bajo la concepción de un enfoque holístico, plantea la necesidad de integrar valores naturales y culturales para desarrollarlo, por ello se considera fundamental el protagonismo de las comunidades locales, mediante la gestión de los sitios de vocación turística, incluidos en los sitios de patrimonio mundial, reservas de biosfera y las ciudades creativas declaradas por la UNESCO.

Tanto es así que, desde la Organización Mundial del Turismo (OMT), se realizan esfuerzos por vincular de manera exitosa el turismo, la cultura y las industrias creativas, mediante la promoción tanto en el sector público como privado a crear empleos decentes, aumentar las inversiones y adoptar la innovación y la transformación digital, puesto que, según esta misma organización, alrededor del 40% de los turistas menciona la cultura como la principal motivación para viajar. En el caso de Nicaragua, el modelo de economía creativa está centrado en el desarrollo humano y sostenible que promueve la identidad, la inclusión social y la diversidad cultural del individuo, las familias y comunidades nicaragüenses. Mientras tanto, para la UNESCO, son un conjunto amplio de actividades desde diversos ámbitos productivos, que abarcan lo producido de manera artesanal hasta aquellos que dependen de la innovación incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software; con valor económico significativo, pero que también posee vectores de profundos significados valores sociales y culturales (UNESCO, 2013).

En este contexto, el país ha promovido en los últimos años, el turismo creativo y cultural a través de la oferta de experiencias reales en los destinos turísticos que integren al turista con la cultura local, contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y mediante la configuración de destinos creativos, territorios o clúster turísticos con identidad cultural.



El turismo creativo en la actualidad es reconocido como parte de la economía creativa en Nicaragua, la dinamizan los hombres y mujeres que trabajan diariamente con las ideas que constituyen y dan vida a las industrias culturales y creativas donde surgen organizaciones como “Nicaragua Emprende”, que incentiva la promoción y comercialización de los emprendimientos jóvenes de Nicaragua y “Hackathon” que es un festival tecnológico competitivo en donde se generan ideas innovadoras y efectivas que permiten el fortalecimiento del emprendimiento tecnológico donde desarrollan aplicaciones web o móviles, plataformas digitales y soluciones creativas que pueden ser usadas en el ámbito turístico para el rescate cultural del país, estas organizaciones tienen presencia virtual dentro de la plataforma “Nicaragua Creativa” que impulsa todo emprendimiento y actividades en pro al desarrollo económico nacional. (Creativa, 2019-2021).

En Nicaragua, el turismo creativo se volvió una necesidad luego la crisis sociopolítica que causó una pérdida masiva de empleos y el COVID-19 que provoco cambios en las formas de hacer turismo ya que estas se vieron obligadas a adaptarse a las nuevas tendencias para seguir en el mercado nacional e internacional.

Reconociendo la variedad de bellezas naturales, y expresiones culturales que convierten al país en un destino turístico ideal para los viajeros que deseen descubrir nuevas experiencias; la riqueza cultural, expresiones danzarias, música, idiosincrasia y manifestaciones religiosas se convierten en atractivo de gran aprovechamiento para desarrollar nuevas experiencias culturales para el visitante.

En este sentido y de acuerdo a uno de los lineamientos del turismo creativo y cultural en Nicaragua, que orienta el “Desarrollo del Turismo de experiencias y emociones, sostenible y creador de empleos sobre la base de nuestra identidad nacional” y aprovechando de la mejor manera posible la integración de la tecnología a nuevos productos al servicio del turista.



En búsqueda de nuevas experiencias, y procurando el mejor aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el país, se presenta esta propuesta de emprendimiento creativo que genere valor en el mercado nacional e internacional y responda a las necesidades del mercado turístico actual.

La presente propuesta, es una combinación entre el uso de la tecnología y la revalorización de los elementos culturales nacionales, principalmente los relacionados con la infraestructura religiosa, mediante el uso de una aplicación móvil que permita obtener información sobre la historia y sucesos relevantes acontecidos en las principales edificaciones religiosas de las ciudades de Managua, León y Granada.

El presente informe contiene la descripción de todo el proceso de creación de esta propuesta, partiendo de la identificación de la idea, la propuesta de valor, el modelo de negocio, la visualización de la propuesta mediante la aplicación de la herramienta Canva, su respectiva matriz de recursos y capacidades humanas, la descripción del presupuesto de inversión inicial y las estrategias para su mercadeo. Finalmente, con la creación y puesta en uso de esta aplicación se pretende promover el interés por rescatar la cultura y apropiación de los elementos históricos y culturales de la identidad nacional.

II. Justificación

Para los turistas que viajan con la finalidad de conocer o descubrir durante su viaje, atractivos religiosos, tales como catedrales, templos o centros de ceremoniales y conocer a profundidad sobre el sitio, en muchas ocasiones se les dificulta acceder a la información manera inmediata, o incluso tener acceso a información veraz, esta experiencia poco positiva, puede entonces convertir su viaje en una experiencia frustrante, al encontrarse con una realidad diferente a la que esperaba.

En Nicaragua, las ciudades de León, Granada y Managua, además de ser los destinos turísticos más visitados por extranjeros, son también los destinos que poseen más elementos históricos y culturales que atraen la visita de muchos, entre estos elementos resaltan sus imponentes e históricas catedrales y sus interesantes iglesias y conventos, vestigios de un pasado de mucha historia, edificaciones que cuentan también la historia de la construcción de un país, desde sus atrios, o que guardan en su interior las obras de arte sacro más importantes del territorio, e incluso en sus terrenos reposan los restos de celebres personajes que contribuyeron a la construcción de una Nación, como la que hoy se conoce.

Sin duda alguna, acceder a toda la información que se puede conocer de una infraestructura religiosa, para el caso de un turista extranjero, es complejo si no se cuenta con los servicios de un guía. Por ello, se ha identificado la necesidad del acceso a la información por parte del turista de manera inmediata y eficaz, principalmente para las catedrales e iglesias ubicadas en León, Granada y Managua, puesto que no todas ellas cuentan con la disponibilidad del servicio de guías de sitio, o con la suficiente información en los paneles informativos de los alrededores.



Esta situación no solo es experimentada por visitantes extranjeros, sino, también por visitantes nacionales, estudiantes de los distintos niveles educativos entre otros.

Con la identificación de la necesidad expuesta anteriormente, surge la oportunidad de solventarla, mediante la creación y diseño de una aplicación que facilite al turista la oportunidad de informarse sobre las edificaciones religiosas antes de visitarlas, a través de una guía informativa digital, contando de esa manera con una herramienta que brinde información completa y real sobre el destino seleccionado. Otra de las ventajas que ofrecerá esta aplicación es la interactividad, ya que podrá acceder al destino mediante un recorrido virtual en el interior y los alrededores del sitio usando escenas 360° grados, para trasladarlo virtualmente.

Por otra parte, el usuario de esta aplicación tendrá la oportunidad de seleccionar la opción de tour de audio guiado, lo que le permitirá, conocer detalles del sitio de la visita, mediante la explicación clara y detallada del entorno que le rodea. Esta opción contribuye a solucionar en cierta manera la demanda de guías de sitio o personal destinado a la atención de los visitantes en estos destinos.

La información contenida en la aplicación, es información corroborada de acuerdo a los hechos históricos reales, las fuentes de la información son confiables y comprobados. Por tanto, una más de las ventajas de esta aplicación es que puede ser también utilizada con fines informativos, investigativos y académicos, el público no está cerrado únicamente al uso exclusivo de turistas.

Analizado desde otro de los aspectos importantes para acercar la experiencia cultural a todos los visitantes, esta aplicación contribuye a la inclusión de las personas con algún tipo de discapacidad en las actividades turísticas, puesto que permite acercar el destino a la persona a través del tour virtual, con lo que se elimina las barreras de movilización que la persona pueda presentar.



En el caso de las personas con algún grado de discapacidad visual, el audio guía instalado en esta aplicación, le permitirá recorrer cada una de las iglesias y las catedrales, sin perderse detalles del destino.

Se considera de esta manera que el desarrollo de esta aplicación contribuye a incluir a Nicaragua dentro de los destinos turísticos que integran la tecnología en la industria turística, tanto para facilitar la visita del turista como para mejorar su experiencia en el país.

Esta propuesta está concebida de manera tal que se relaciona directamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, más específico con el ODS 8, que expresa su finalidad como: "Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos" en este mismo documento, en la meta 8.9 hace un clara alusión al turismo y la cultura exponiendo que "Para 2030, elaborar y aplicar políticas para promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales". (Unidas O. d., s.f.)

En el sustento de ambas declaraciones, esta propuesta de emprendimiento pretende aportar a la promoción la cultura y sus productos locales contribuyendo en cierta manera a la generación de empleos plenos, productivos y decentes en las ciudades en donde incidencia directa.

En cuanto al Plan nacional de Lucha Contra la Pobreza (PNLCP) el cual contiene 12 lineamientos estratégicos de ellos se consideran dos de relevancia directa con el desarrollo de esta propuesta de emprendimiento.

Lineamiento 6, posicionamiento de la juventud como eje central del desarrollo. Al ser esta una iniciativa creada por jóvenes emprendedores se relaciona con este lineamiento ya que está enfocado en garantizar que los jóvenes sean los encargados de mantener la estabilidad económica de la nación.

Lineamiento 9, Dinamización del comercio y los mercados locales e internacionales donde se hace mención al aprovechamiento de los servicios de las plataformas digitales y su uso para la promoción de nuevas industrias y emprendimientos

III. Objetivos

Objetivo General:

- Construir una propuesta de emprendimiento que genere valor para el mercado nacional e internacional ajustándose a las necesidades actuales del turismo creativo mediante el desarrollo de la aplicación móvil CODA

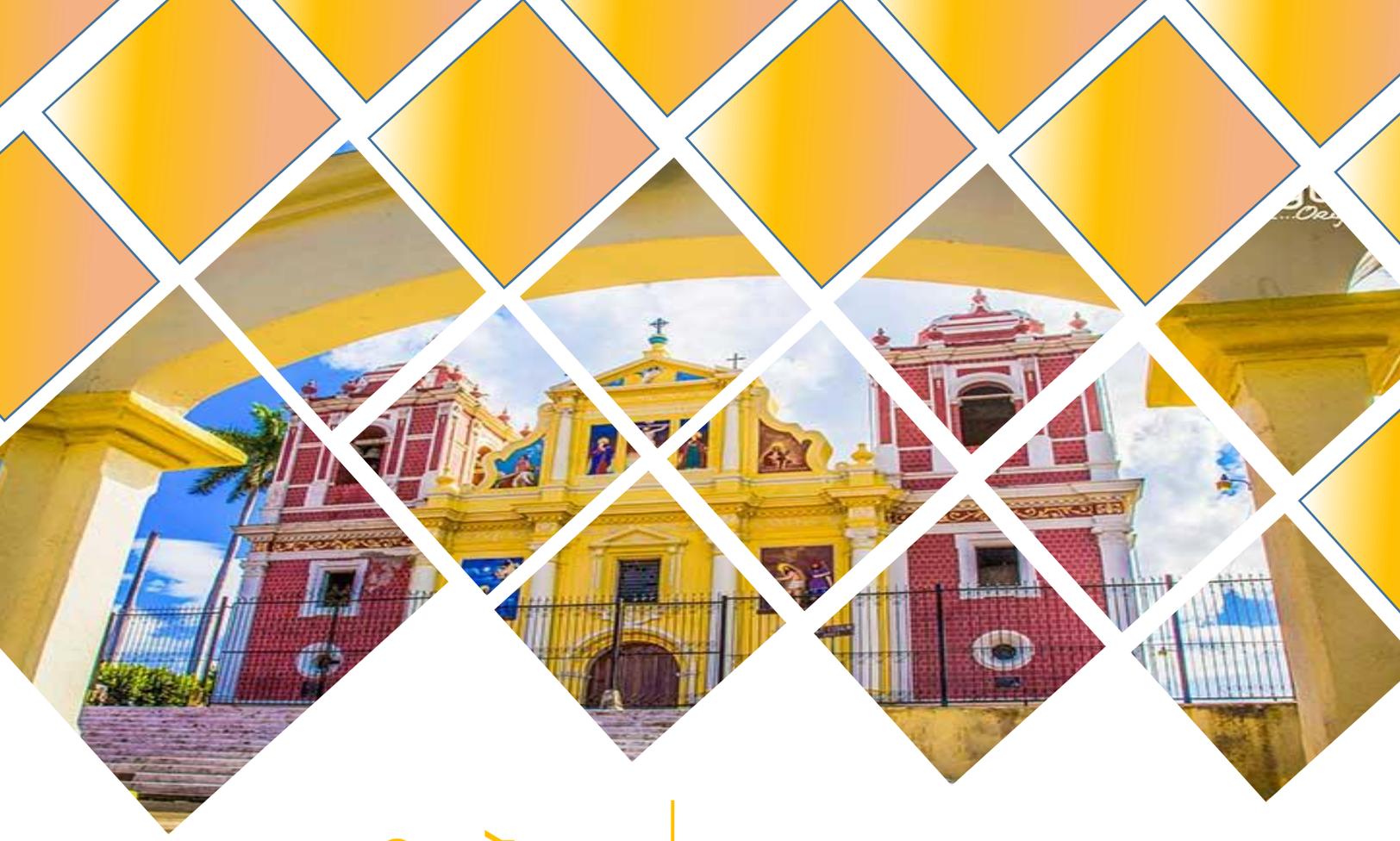
Objetivos Específicos:

- Definir la idea de emprendimiento vinculada al turismo creativo, mediante el desarrollo de la aplicación turística virtual CODA.
- Aplicar la metodología Canva para la concepción de la aplicación turística virtual CODA.
- Elaborar una matriz de recursos claves, fuentes de ingresos y estructura de costos para la aplicación turística virtual CODA.
- Diseñar acciones de marketing para la promoción de la aplicación turística virtual CODA en las diferentes plataformas digitales.

PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO

**CODA, APLICACIÓN MÓVIL PARA EL
DESARROLLO DE TOUR VIRTUAL, AUDIO
GUIADO Y GUÍA INFORMATIVA DIGITAL
EN LAS CIUDADES DE GRANADA, LEÓN Y
MANAGUA**

- Necesidad u Oportunidad
- Proceso Creativo
- Proceso de Consulta
- Propuesta de Valor



IV. Desarrollo del Subtema.

CODA, aplicación móvil para el desarrollo de Tour Virtual, Audio guiado y guía informativa digital en las ciudades de Granada, León y Managua

La actividad turística nicaragüense siempre ha estado en constante cambio, está se ha regenerado, transformado y diversificado, Sin embargo, a partir de la crisis sociopolítica en 2018 hubo pérdida de unos 130.000 empleos y el cierre de pequeños, medianos y grandes negocios según la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), sumado a esto en 2020 el covid-19 empeoro la situación y esto abrió paso al cierre total o parcial de muchas tour operadoras, agencias de viaje y una baja afluencia de visitas en los destinos que aun ofrecían sus servicios ya que el sector turismo fue el más afectado.

Un ejemplo claro de las afectaciones son las visitas a las edificaciones religiosas que son los principales sitios atractivos del turismo religioso. Una de ellas es la Iglesia La Merced ubicada en la ciudad de Granada, en ella es posible realizar un recorrido interno y subir a la torre del campanario, desde donde se puede apreciar una vista completa de toda la ciudad y sus alrededores. Debido a los acontecimientos de 2018 y la pandemia, mencionados con anterioridad, se registró una fuerte baja en la cantidad de visitas promedio que registraba el sitio, pasando de un aproximado de 100 visitas diarias a únicamente 30 al día.

Si bien el caso de la pandemia fue una afectación a nivel global, lo que redujo la cantidad de visitantes, también se ha identificado que la cantidad de guías que prestaban sus servicios en destinos similares ha disminuido considerablemente, lo que provoca que la aún baja cantidad de visitantes que llega a estos lugares, no tenga experiencias realmente satisfactorias



En la actualidad muy pocas edificaciones religiosas poseen guías locales que le brinden sus servicios. La accesibilidad a la información de estos destinos no está actualizada, detallada o segmentada y carecen de un atractivo innovador que llame la atención del turista.

Con la evidente recuperación que actualmente registra la industria turística en el país, es necesario reformular los servicios que cotidianamente se ofrecían a los visitantes en los distintos destinos turísticos, Por tal razón retomando el ejemplo mencionado, de la Iglesia La Merced en la Ciudad de Granada, se está recuperando la cantidad de visitantes al lugar, sin embargo la experiencia aun no es del todo satisfactoria, puesto que el acceso a datos de interés como historia de su construcción, hechos relevantes acontecidos en ese sitio continúan estando fuera del alcance de los turistas.

Esta misma situación se registra en las edificaciones, principalmente religiosas de las ciudades de León y Managua, tal es el caso muy conocido de la Catedral Metropolitana de Santiago Apóstol de Managua o simplemente Antigua Catedral de Managua, de la cual aún se conserva sus vestigios, pero no existen paneles informativos en sus alrededores que cuenten su historia e importancia,

A partir de esta problemática surge la idea hacer que la información sea más accesible, interactiva e inclusiva con los turistas y que cualquier persona con intereses religiosos pueda contar con información veraz al alcance de su mano mediante esta aplicación turística móvil.



4.1 Proceso Creativo

Al momento que se inicia un proceso creativo es importante analizar el problema al cual se quiere dar solución a partir de una idea innovadora que sea capaz de solventar las necesidades que surgen de una problemática.

En primera instancia el equipo de trabajo se reunió para lograr identificar de manera clara la problemática, analizando el entorno y las distintas directrices relacionadas al problema general. Finalmente se identificó una de las principales limitantes o problemas.

Partiendo de esa idea se planteó una problemática, la necesidad del acceso a la información de manera inmediata y eficaz de las edificaciones religiosas ubicadas en las ciudades de Managua, León y Granada puesto que la información existente es limitada o no existe un método de interacción con el turista.

De esta problemática se identificaron cuatro necesidades, expresadas a continuación:

- Poner en práctica programas enfocados en fomentar la actividad turística en las edificaciones religiosas que forman parte del patrimonio del país.
- Herramientas tecnológicas que sea atractivas e interactivas con el turista y que faciliten la actividad turística.
- Guías locales que ofrezcan servicios en estas edificaciones religiosas.
- Base de datos detallada que pueda ser usada tanto por estudiantes con fines académicos como profesionales del sector turístico.



Así mismo, durante este proceso se definió la pregunta reto que contribuyera a reforzar la idea de emprendimiento, resultando la siguiente pregunta:

¿Cómo crear una herramienta innovadora capaz de brindar información histórica-cultural de las edificaciones religiosas de las ciudades de Managua, Granada y León que brinde una experiencia totalmente nueva para los turistas?

Posteriormente se procedió a elaborar dos propuestas de solución que permitieran el diseño de esta idea de emprendimiento, durante el proceso se analizó la viabilidad de cada una de ellas, pero luego se llegó a la conclusión de complementar ambas ideas.

A continuación, se presenta la primera propuesta:

Propuesta #1 “Catálogo turístico virtual”

La creación de una app orientada a darle al turista un catálogo de información acerca de las edificaciones religiosas mediante un tour virtual que sirviera de preámbulo para una experiencia más completa para el usuario, mostrándole a este las facilidades como locaciones, datos del sitio, historia de este, sumado a datos arquitectónicos y curiosidades de cada uno de los lugares, sin olvidar sus fiestas patronales, sus tradiciones, las anécdotas que albergan cada uno de los sitios.

La información y datos recopilados estarían explicados brevemente dentro del tour virtual, mediante una guía informativa digital orientados a un público general, pero haciendo hincapié en aquel usuario cuyos intereses estén dirigidos en el ámbito turístico, académico, o hacia cualquier turista interesado en la cultura, historia y anécdotas de un sitio sin la necesidad de verse forzado a utilizar herramientas tradicionales como guías o mapas impresos.

Propuesta #2 “Audio-tour”

La creación de esta app tiene como finalidad crear una herramienta interactiva que le sirva al turista para tener una experiencia inmersiva e innovadora mediante un audio tour asistido, en el que un asistente de voz le indicará su ubicación física, los datos de interés del entorno, imágenes e información más relevante dentro de las edificaciones religiosas y que el turista tenga la facilidad de ser su propio guía, además le brindará una herramienta en formato de audiolibro que contendrá toda la información necesaria sobre la cultura, eventos históricos y relevantes del sitio en el que se encuentre.

El siguiente paso en el proceso, fue la presentación de las dos ideas, presentadas con anterioridad a un público más amplio, por tanto, se llevó a cabo un proceso de consulta mediante a una encuesta realizada a más de 60 potenciales usuarios, teniendo en cuenta cada una de las opiniones recibidas, se analizó, que no había un gran margen de diferencia al momento de escoger una propuesta de otra, por esto se ha adaptado ambas ideas en una sola teniendo como finalidad una aplicación más completa, resultado de las sugerencias recibidas de la encuesta y tomando los aciertos de ambas ideas.

Los resultados gráficos del análisis de esta encuesta se encuentran a continuación:

Propuesta #1- **Catálogo turístico virtual** ●

Propuesta #2- **Audio-tour** ●

Resultados de encuesta

opción 1 vs opción 2

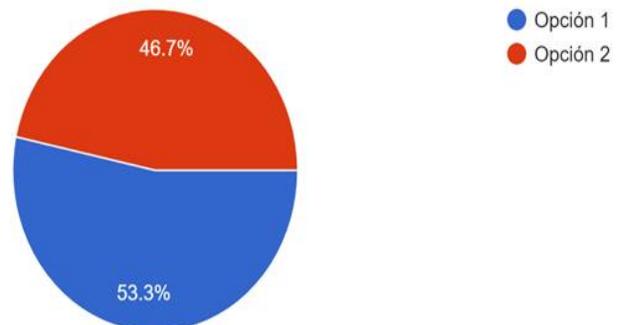


Ilustración 1 Encuesta de Factibilidad

4.1.1 Propuesta de Valor

Así, es como surge **CODA**, una aplicación turística virtual dirigida a todas aquellas personas que desean conocer y aprender de la historia y acontecimientos importantes acontecidos en las edificaciones religiosas, ya sean iglesias o catedrales, ubicadas en las ciudades de Managua, León y Granada, esta aplicación funciona como un tour virtual, audio guiado y una guía informativa digital que se podrá realizar con ayuda de la tecnología a través de cualquier dispositivo móvil. De igual manera se pretende que esta aplicación sea inclusiva para todas aquellas personas que tenga una discapacidad motora o visual.

Esta aplicación está diseñada por tres segmentos, el primero es el tour virtual, que está planeado para ofrecer la oportunidad de viajar de manera virtual al sitio, por medio de escenografías o fotos capturadas en 360^o, permitiendo una simulación del lugar desde cualquier punto que se quiera visitar, en puntos específicos del recorrido virtual se podrá tener acceso a la información más relevante de los acontecimientos que ahí se registraron en cualquier punto de su historia.



El segundo segmento de esta aplicación es el audio guiado, que le brindara al usuario las indicaciones, paso a paso, para que pueda saber dónde dirigirse, con información clara y segura del lugar donde se encuentre, llevándose una experiencia novedosa.

De manera presencial el visitante podrá realizar el recorrido dentro de las instalaciones de la iglesia o catedral y contar con toda la información sobre la historia de su construcción, acontecimientos importantes, descripción de cada uno



de los componentes de la iglesia, desde el punto de vista arquitectónico, así como la reseña de vitrales, altares e imágenes presentes en el sitio, de la misma manera que los monumentos o aspectos relevantes de la infraestructura visitada. La finalidad de este audio guía es permitir al visitante conocer hasta el detalle más mínimo del sitio que visita y que logre satisfacer todas sus dudas con respecto a su visita.

El tercer segmento, es una guía – catálogo de información digital, detallada de cada una de las edificaciones religiosas, conteniendo fotografías con sus respectivas descripciones de cada uno de los elementos más relevantes del recorrido.

Como características adicionales esta aplicación estará disponible en tres idiomas diferentes, español, inglés y francés los primeros en ser agregados, respondiendo de manera parcial a la demanda de visitantes provenientes de países de estos idiomas, además cuenta con un apartado acerca de nosotros donde, si el turista desea realizar el tour con una acompañante, de manera más tradicional puede contratar los servicios de un guía especializado.

Con la finalidad de optimizar el tiempo y ofrecer una ruta planificada para la visita de las iglesias y catedrales en cada una de las ciudades destino, se presenta también una propuesta de ruta por ciudad, ofreciendo la oportunidad de conocer de manera ordenada y segura las distintas edificaciones religiosas.

De la misma manera, se prevé la actualización constante de esta aplicación, respondiendo siempre a las nuevas necesidades detectadas en los usuarios y a la posible integración de más facilidades de acuerdo a las peticiones.

Con esta herramienta se pretende que el turista no solo pueda viajar y conocer, sino que aprenda sobre la historia y los acontecimientos importantes de cada uno de los sitios que visite, y para el visitante virtual, será también una oportunidad de acercarse más a la cultura nacional, el aporte de esta iniciativa de emprendimiento desde el punto de vista educativo, es también una intención de promover el rescate cultural de los edificios históricos e integrar para ello la tecnología, para lograr posicionarse dentro del público joven.

4.2 Modelo de Negocio

4.2.1 Mecanismo de Visualización

Es importante resaltar que el tipo de lenguaje planteado para crear esta aplicación es el JavaScript. Este es uno de los lenguajes de programación más populares porque se aprovecha su eficiencia para crear experiencias Mixed Reality es decir Puede ver contenido de realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR) (Microsoft, 2017).

A continuación, se presenta de manera estética las principales interfaces que el usuario visualizara una vez instalada la aplicación en su móvil.

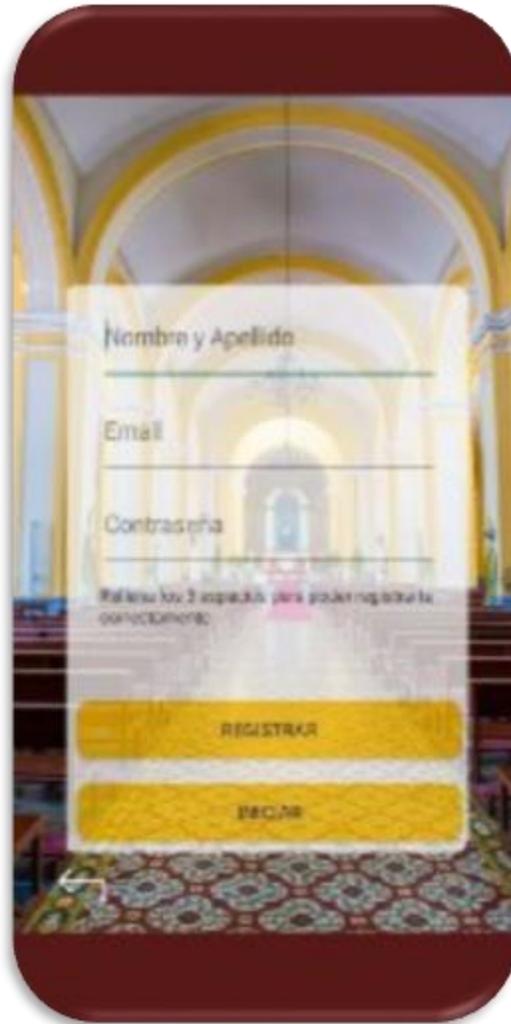
Por la facilidad de manejo del contenido de la aplicación, se considera como amigable al usuario. El uso, combinación de imágenes y textos es también un elemento de valor además del acceso rápido a los elementos de interés del usuario.



Pantalla de inicio



Pantalla de registro



Pantalla para crear usuario



Menú Principal



Pestaña de opciones



Pantalla de Opciones para elegir la ciudad



Lista de edificaciones
Managua



Lista de Edificaciones
Granada



Lista de edificaciones León



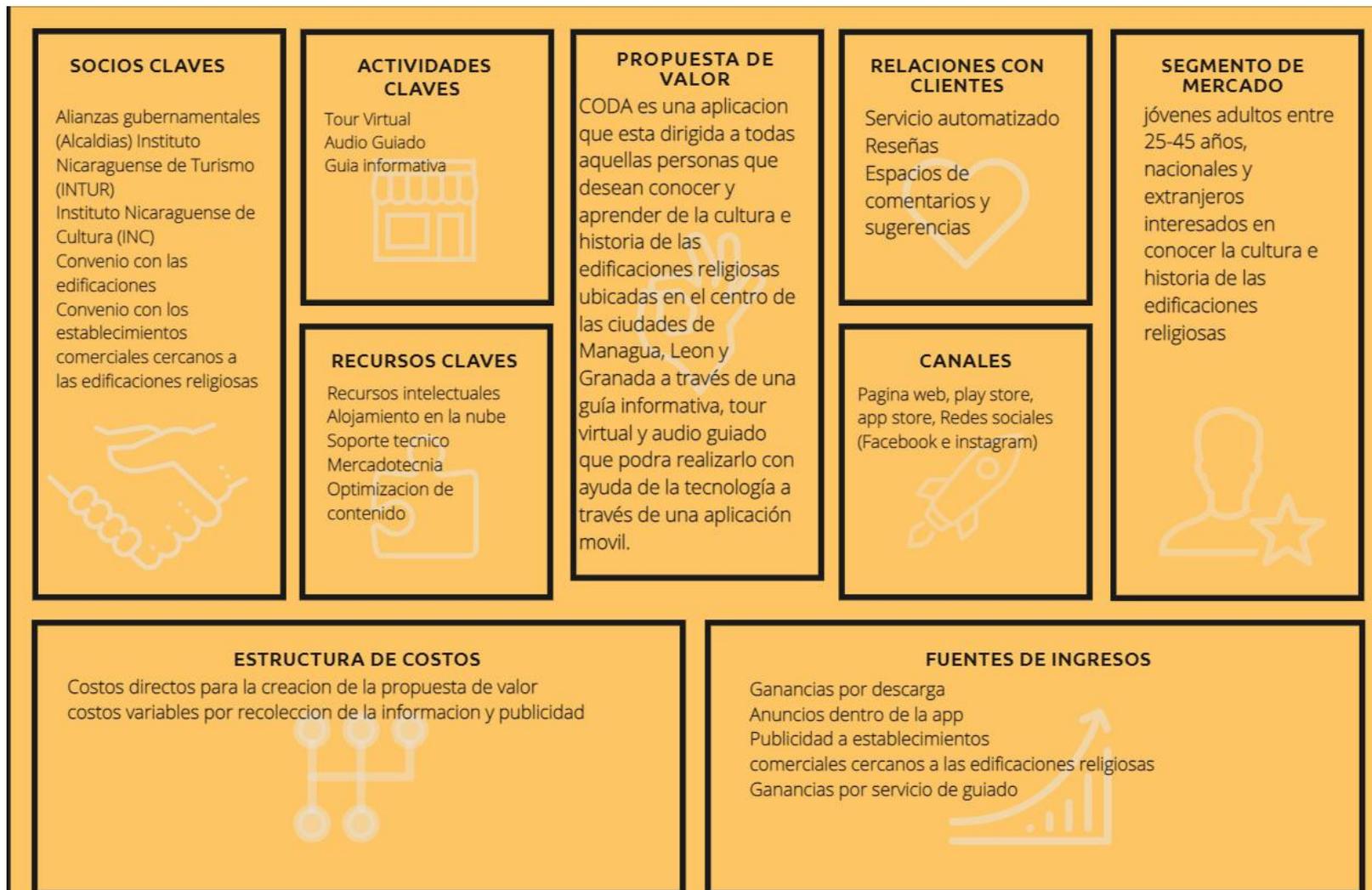
Pantalla para contactarnos

4.2.2 Herramienta CANVA.

Con la finalidad de realizar un análisis completo de esta propuesta de emprendimiento, se procedió a utilizar la herramienta Canva para analizarlo desde diferentes perspectivas; y determinar de esta manera su grado de viabilidad.

La herramienta Canva se usó para recopilar información sobre el segmento de mercado al que está dirigido el emprendimiento, los canales de distribución, los recursos que se necesitan para solventar la necesidad, entre otros es decir que al reunir todos los datos que pide la herramienta Canva se forma la estructura completa del emprendimiento, además esta herramienta permite modificar y actualizar la información a medida que se prueba la viabilidad del emprendimiento.

Herramienta CANVA aplicada a la aplicación CODA



a. Segmento de mercado

Jóvenes adultos entre 25-45 años nacionales o extranjeros de índole religiosos o que estén interesados en conocer la cultura e historia de las edificaciones religiosas y usan la tecnología para saber dónde movilizarse.

b. Propuesta de valor

CODA es una aplicación que está dirigida a todas aquellas personas que desean conocer y aprender de la cultura e historia de las edificaciones religiosas, ubicadas en las ciudades de Managua, León y Granada a través de una guía informativa digital, un tour virtual y audio guiado que podrá realizarlo con ayuda de la tecnología. A través de una aplicación móvil.

c. Canales

El canal de distribución principal de esta app será play store y App store para que tenga más alcance se utilizan canales de expansión en plataformas digitales como Facebook, Instagram y Gmail

d. Relación con el cliente

Para hacerla más interactiva con el cliente la aplicación cuenta con servicios automatizado, reseñas comentarios y sugerencias que nos información para mejorar la calidad de servicio.

e. Fuentes de ingresos

La rentabilidad de esta app dependerá de fuentes de ingresos que son las ganancias por descargas de play store, anuncios dentro de la app, publicidad a establecimientos comerciales cercanos a las edificaciones religiosas y ganancias por servicios de guiado personalizado presencial.



f. Actividades claves

Las actividades claves que se realizarán para lograr este emprendimiento son el desarrollo y diseño de los tres segmentos que tendrá la app, Tour virtual, Audio guiado y Guía informativa digital. Para elegir la información que se alojara en la app es necesario: La investigación y recolección de datos en campo, la toma de fotos en 360 grados de las edificaciones religiosas y las actualizaciones periódicas de la información e infraestructuras que cambien en los destinos.

g. Recursos claves

La calidad de esta app dependerá de las capacidades de los creadores, para ello se necesitan recursos intelectuales, es decir que todos los involucrados en el desarrollo, personalización y creación de la aplicación sean profesionales para que la app funcione bien, además se necesita el alojamiento en la nube, soporte técnico, y actualización de contenido.

h. Socios claves

Es importante crear alianzas con socios que aporten a la eficiencia de la aplicación como las gubernamentales, las alcaldías que brindan los premisos necesario para poner en marcha el emprendimiento, el INTUR que puede brindar información y promoverlo a nivel nacional e internacional y el Instituto Nicaragüense de Cultura ya que este emprendimiento se enfoca en el rescate cultural, también se prevé acuerdos de colaboración con la administración parroquial de las distintas edificaciones religiosas para el otorgamiento de permisos, establecimiento de responsabilidades y distribución de la información, asimismo, como parte de la rentabilidad está contemplada la asociación con los establecimientos comerciales aledaños a las edificaciones religiosas.

i. Estructura de costos

Están contemplados los costos directos que corresponden a los pagos por la creación y mantenimiento de la aplicación y los costos variables que dependerán de la complejidad de la recolección de información y la publicidad pagada para obtener un mejor alcance.



MATRIZ DE RECURSOS, CAPACIDADES HUMANAS Y PRESUPUESTO PARA EL EMPENDIMIENTO

- **Matriz de Recursos**
- **Matriz de Capacidades Humanas**
- **Matriz de presupuesto**

4.3 Matriz de Recursos, Capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado.

4.3.1 Matriz de Recursos

Este apartado contiene los recursos que se necesitan para la puesta en marcha del emprendimiento entre los más importantes están los equipos de cómputo, los programas operativos y una estructura física con sus servicios básicos, para que su funcionamiento sea el óptimo son necesarias áreas como la administrativa, de desarrollo y marketing y publicidad.

Aplicación Móvil (CODA)	Área Física/Elementos Materiales	Personal	Contexto normativo
Área Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estructura Física ▪ Servicios básicos (Luz, Agua, Internet, Línea fija) ▪ Equipo de computo ▪ Mobiliario de Oficina ▪ Programas operativos ▪ Papelería 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerente de Operaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Código del trabajo ▪ Reglamento interno de la empresa
Área de Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios Básicos (Luz, Agua, Internet, Línea Fija) ▪ Equipo de Computo ▪ Mobiliario de Oficina 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisor ▪ Desarrolladores web ▪ Diseñadores ▪ Programadores ▪ Investigador 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reglamento interno de la empresas

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alojamiento en la nube (Heroku) ▪ Papelería ▪ programas de diseños y de programación 		
Marketing y Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios Básicos (Luz, Agua, Internet, Línea Fija) ▪ Equipo de computo ▪ Mobiliario de Oficina ▪ Equipo Audiovisual ▪ Papelería y útiles ▪ Edición y Diseños de publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargado de la publicidad de la aplicación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reglamento interno de la empresa

4.3.1 Matriz de Capacidades Humanas

En la matriz de capacidades humanas se describe el personal necesario para el funcionamiento de la aplicación desde la parte logística y creativa y permite la visualización del personal requerido características y funciones que deben cumplir dentro de la estructura organizativa.

Entre el personal de estructura que se necesita esta:

- Un supervisor de desarrollo que se asegure que la aplicación este diseñada según los planes y que la información posteada sea la adecuada como la visualiza el equipo
- Un investigador de campo y nuevos servicios que tenga la responsabilidad de visitar los sitios para conseguir información veraz y consiga las asociaciones necesarias para un correcto funcionamiento de la app.
- Un socio encargado del área de marketing y publicidad que sea capaz de hacer que la app llegue a más personas y generar más afluencia de usuarios

<p>Nombre: Jenniffer Elizabeth Thomas Rivera</p> 	<p>Habilidades principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1-Empática 2-Responsable 3-Flexible 4-Generadora de confianza 5-Tomadora de decisiones 6-Solución de problemas y conflictos 	<p>Proceso que lidera o del cual es parte:</p> <p>Gerente de Operaciones</p>	<p>Responsabilidades principales del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planificar objetivos de la empresa a corto y largo plazo. Manejo de las relaciones públicas. -Analizar problemas de la empresa ya sean administrativos, contables o del personal. -Controlar las actividades y el desempeño de los recursos humanos. Definir las estrategias de crecimiento para la empresa
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Realizar pagos a colaboradores. -evaluación del desempeño de las funciones del personal contratado Contratación de nuevo personal. 	<p>Actividades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Asignar y supervisar las tareas asignadas al resto del equipo. -Administrar y controlar los recursos financieros. -Negociar con proveedores de materiales, recursos y servicios para el funcionamiento de la empresa 	<p>Personas a su cargo o líder de su proceso:</p> <p>Personas a su cargo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aldric Rocha (Investigador de campo) - Alfonso García (Marketing y Publicidad) 	<p>Contacto:</p> <p>jethomasr@gmail.com</p> <p>cel.: (505) 89769580</p>

<p>Nombre: Jacinto Joberi Díaz Obando</p> 	<p>Habilidades principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Organizado 2- Iniciativa 3- Flexibilidad 4- Pensamiento lógico y sistemático 5-Orientado a cumplir objetivos 	<p>Proceso que lidera o del cual es parte:</p> <p>Supervisor orientado al desarrollo de la app</p>	<p>Responsabilidades principales del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Control del equipo de trabajo. -Supervisor del contenido. -Analizar los resultados de las operaciones realizadas.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Toma de decisiones (Exclusión e Inclusión de información) - Organizar y segmentar la información. -Elaborar proyecciones de resultados. 	<p>Actividades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organizar al equipo de trabajo. -Supervisión del contenido publicado. -Delimitar los pasos a seguir para lograr objetivos. 	<p>Personas a su cargo o líder de su proceso:</p> <p>Personas a su cargo</p> <ul style="list-style-type: none"> -Programadores -Diseñadores grafico - Aldric Rocha (Investigador de campo y de nuevos servicios) 	<p>Contacto:</p> <p>joberyobando@gmail.com</p> <p>Cel.: (505) 87549436</p>

<p>Nombre: Alfonso García Palma</p> 	<p>Habilidades principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1-Creatividad 2-Organización 3-Observación 4-Adaptabilidad 5-Curiosidad 6-Comunicación 	<p>Proceso que lidera o del cual es parte:</p> <p>Mercadeo y Publicidad</p>	<p>Responsabilidades principales del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organización de promociones. -Identificar a un público objetivo. -Generar expectativa en redes sociales. -Distribución de publicidad en redes sociales y Google. -Crear una página principal o de destino para la aplicación.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planifica, controla y evalúa el desempeño de las diferentes Estrategias de promoción. -Promover los productos y/o servicios que genera la organización. -Investigación e innovación de las tendencias o cambios del ambiente del mercado. 	<p>-Actividades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo de las diferentes estrategias de promoción. - Fijación de presupuestos. -Elección de canales de distribución y logística. -Comunicación con las personas que conforman su entorno. 	<p>Personas a su cargo o líder de su proceso:</p> <p>Líderes de su proceso</p> <p>Jennifer Elizabeth Thomas Rivera (Gerente de Operaciones)</p> <p>Jacinto Joberi Díaz Obando (supervisor)</p>	<p>Contacto:</p> <p>Alfonsogp979@gmail.com</p> <p>Cel.: (505) 76221293</p>

<p>Nombre: Aldric Rogelio Rocha Narváez</p> 	<p>Habilidades principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organizado -Comunicativo -Curioso -Resiliente 	<p>Proceso que lidera o del cual es parte:</p> <p>Investigador de campo y de nuevos servicios sobre las edificaciones religiosas.</p>	<p>Responsabilidades principales del proceso:</p> <p>Informar sobre el estudio de campo de las edificaciones religiosas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recopilar y analizar los datos. -Diseñar y estructurar una investigación de campo.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recopilación de información en los destinos. -Investigar los sitios religiosos más visitados para anexar a la aplicación. Proponer la inclusión de las edificaciones y locales cercanos. 	<p>Actividades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Evaluar potenciales sitios de interés. -Elaboración y presentación del informe. 	<p>Personas a su cargo o líder de su proceso:</p> <p>Líder de su proceso Jacinto Joberi Díaz Obando (Supervisor)</p>	<p>Contacto:</p> <p>7890aldric@gmail.com Cel.: (505) 83748343</p>

4.3.2 Matriz de presupuesto

En esta matriz se reflejan los costos del proyecto segmentada en todos los recursos que se van a utilizar como los servicios básicos pagados cada mes, un pago único a los desarrolladores por crear la app desde cero y pagos promedios de 10 a 20 % en del costo total de la app en cada actualización.

Un pago mensual por mantener la app en la plataforma de play store y otro pago mensual por mantener los servicios en la nube [HEROKU] esta sirve para administrar servidores, las bases de datos, y las medidas de seguridad que estos deben tener. Es decir que solo tienes que concentrarse en el desarrollo de la aplicación, Heroku es capaz de mantener y ejecutar aplicaciones incluso en su etapa desarrollo.

El alquiler de un área de trabajo como un local cuyos precios varían según la ubicación y lo acondicionado que se encuentre, en este caso no es necesario un espacio grande porque el personal es solo de 4 personas.

Propuesta de emprendimiento turístico, CODA, aplicación móvil para el desarrollo de Tour Virtual, Audio guiado y guía informativa digital en las ciudades de Granada, León y Managua. Julio – diciembre 2022.

Concepto	Unidad	Costo unitario	Costo mensual
Costos fijos			
Alquiler de local	1	C\$ 1,500	C\$ 1,500
Pago al equipo de programadores	1	C\$ 54,000	C\$ 54,000
Mantenimiento y actualización de app	1	C\$ 5,000	C\$ 5,000
Agua potable			C\$ 100
Línea fija			C\$ 200
Internet			C\$ 1,200
Electricidad			C\$ 600
Pago de empleados	4	C\$ 2,500	C\$ 10,000
Alojamiento en la nube (Heroku)	1	C\$ 900	C\$ 900
Pago de permanencia en play store	1	C\$ 900	C\$ 900
Total de costos fijos			C\$ 74,400
Costos variables			
Papelería			C\$ 200
Total de costos variables			C\$ 200
COSTOS TOTALES			C\$ 74,600

Matriz de Flujo de Caja

En este acápite se presentan los movimientos de caja esperados, además de que funciona como una representación detallada del activo con el que se cuenta y las deudas y gastos correspondientes que se deducirán cada mes.

1. Detalle de ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por descargas	C\$ 1,000	C\$ 1,500	C\$ 3,000	C\$ 5,000	C\$ 5,200	C\$ 5,000	C\$ 5,500	C\$ 6,000	C\$ 6,300	C\$ 6,500	C\$ 7,000	C\$ 7,500
Ingresos por publicidad (ads)	C\$ 300	C\$ 600	C\$ 900	C\$ 1,000	C\$ 1,500	C\$ 1,800	C\$ 2,000	C\$ 2,500	C\$ 3,000	C\$ 3,200	C\$ 4,000	C\$ 4,500
Ingresos por recomendación de locales aledaños al destino (dentro de la app)	C\$ 500	C\$ 800	C\$ 1,000	C\$ 1,500	C\$ 2,000	C\$ 2,200	C\$ 2,500	C\$ 2,800	C\$ 3,000	C\$ 3,500	C\$ 3,800	C\$ 4,000
Ingresos por servicio de guía de turista	C\$ 1,000	C\$ 1,200	C\$ 1,500	C\$ 2,000	C\$ 2,500	C\$ 2,500	C\$ 2,700	C\$ 2,900	C\$ 3,000	C\$ 3,200	C\$ 3,500	C\$ 3,800
Inversión	C\$ 60,000											
1.0 Total de ingresos	C\$ 62,800	C\$ 4,100	C\$ 6,400	C\$ 9,500	C\$ 11,200	C\$ 11,500	C\$ 12,700	C\$ 14,200	C\$ 15,300	C\$ 16,400	C\$ 18,300	C\$ 19,800

2. Detalle de Egresos												
Electricidad	C\$ 600	C\$ 500	C\$ 550	C\$ 400	C\$ 600	C\$ 350	C\$ 500	C\$ 650	C\$ 500	C\$ 500	C\$ 650	C\$ 600
Agua potable	C\$ 100	C\$ 150	C\$ 100	C\$ 120	C\$ 300	C\$ 200	C\$ 170	C\$ 120	C\$ 200	C\$ 100	C\$ 150	C\$ 120
Internet	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200	C\$ 1,200
Línea fija	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200
Egresos en consumo	C\$ 2,100	C\$ 2,050	C\$ 2,050	C\$ 1,920	C\$ 2,300	C\$ 1,950	C\$ 2,070	C\$ 2,170	C\$ 2,100	C\$ 2,000	C\$ 2,200	C\$ 2,120
Alquiler de local	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500	C\$ 1,500
Pago por permanencia de la app en play store	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900
Alojamiento en la nube (Heroku)	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900	C\$ 900
Pago al equipo de programadores	C\$ 54,000											
Mantenimiento de la app				C\$ 5,000				C\$ 5,000				
Pago de empleados												
Papelería	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200	C\$ 200
Egresos operativos	C\$ 57,500	C\$ 3,500	C\$ 3,500	C\$ 8,500	C\$ 3,500	C\$ 3,500	C\$ 3,500	C\$ 8,500	C\$ 3,500	C\$ 3,500	C\$ 3,500	C\$ 3,500
2.0 Total de Egresos	C\$ 59,600	C\$ 5,550	C\$ 5,550	C\$ 10,420	C\$ 5,800	C\$ 5,450	C\$ 5,570	C\$ 10,670	C\$ 5,600	C\$ 5,500	C\$ 5,700	C\$ 5,620

Propuesta de emprendimiento turístico, CODA, aplicación móvil para el desarrollo de Tour Virtual, Audio guiado y guía informativa digital en las ciudades de Granada, León y Managua. Julio – diciembre 2022.

3.0 Saldo Neto	C\$ 3,200	C\$ 1,450	C\$ 855	C\$ 920	C\$ 5,400	C\$ 6,050	-C\$2,870	-C\$6,470	-C\$300	C\$ 900	C\$ 2,600	C\$ 4,180
4.0 Saldo acumulado	C\$ 3,200	C\$ 1,750	C\$ 2,605	C\$ 1,685	C\$ 7,085	C\$ 13,135	C\$ 10,265	C\$ 3,795	C\$ 3,495	C\$ 4,395	C\$ 6,995	C\$ 11,175



ACCIONES DE MARKETING PARA EL EMPREDIMIENTO

- Objetivo
- Estrategias

4.4 Acciones de Marketing para el emprendimiento

Este apartado sirve para encontrar las estrategias que son factibles a aplicar en relación al objetivo que se plantee, en este caso, el objetivo es posicionar la aplicación en mercado turístico a través las plataformas digitales, para atraer clientes potenciales dentro y fuera del país que formen parte del segmento de mercado del turismo cultural religioso.

Objetivos

1. Posicionar la aplicación en mercado turístico a través las plataformas digitales.
2. Atraer a los potenciales usuarios de la app dentro y fuera del país mediante el uso de las plataformas digitales.
3. Consolidar el segmento de mercado turístico cultural religioso al que está dirigido la app.



Estrategias de Marketing

Estrategia	Actividades	Recurso	Responsable	Plazo	Presupuesto	Indicador de seguimiento
E Marketing	Creación de perfil en Facebook, Instagram y tik tok	Humano	Socio encargado del área de Marketing	Corto plazo	No tiene costo monetario, solo se requiere acceso a internet	Seguidores y likes en las Página de Facebook e Instagram creadas con seguidores.
	Creación del logotipo de la aplicación	Humano	Socio encargado del área de Marketing	Largo plazo	No tiene costo monetario, se realiza con los programas de Adobe	Aceptación por el público en redes sociales
	Videos Promocionales	Humano Económico	Socio encargado del área de Marketing	Mediano plazo	C\$1,080	Taza de impresiones por clips en el video
	ASO (Optimización de la tienda de aplicación)	Humano Económico	Personal a contratar	Corto plazo	C\$5,000	Informe de descargas, actualizaciones de sistema, contenido y utilización de la app.

	Marketing con influencers	Humano Económico	Personal a contratar o socio del emprendimiento	Largo plazo	C\$2,000	Cantidad de influencers que comparten contenido del emprendimiento.
	Gmail Marketing	Humano	Socio encargado del área de Marketing	Largo plazo	No tiene costo monetario, solo se requiere acceso a internet	Resumen de las estadísticas de tasa de apertura, clic, capacidad de entrega y capacidad de respuesta.

Creación de perfil en Facebook, Instagram y tik tok

Se creara un perfil en las redes mencionadas para subir contenido de la app y de esta manera llegar al cliente, obtener informacion y hacer que el emprendimiento crezca.

Logotipo



Este logotipo representa las tres actividades dentro de la aplicación.

Respecto a los colores representan la similitud de la tonalidad en la mayoría de las edificaciones.

Las siglas CODA es la abreviación de las palabras Conoce, Descubre y Aprende.

Videos Promocionales

Con esta estrategia, se pretende atraer el interés del cliente a través de los videos que serán publicados en las plataformas de Facebook, Instagram y tik tok y hacer que se entusiasme para alcanzar el objetivo de posicionamiento en el mercado turístico.

ASO (Optimización de la tienda de aplicación)

A través de ASO se podrá optimizar la aplicación móvil que permitirá ver los resultados de las descargas, uso y búsqueda de la app en teléfonos móvil con sistema Android.

Marketing con influencers

Se pondrá en contacto con influencers nacionales para promover la app y más a futuro tener la oportunidad de colaborar con influencers internacionales para conseguir mejor difusión.

Gmail Marketing

Se le enviara correos electrónicos al usuario que se haya registrado para comunicarle las mejoras y promociones de la app y que este pendiente de las novedades.

V. Conclusiones

Al analizar los resultados esperados de este emprendimiento que se ha llevado a cabo en el segundo semestre del año actual 2022, se ha llegado a la conclusión que esta propuesta de valor revolucionara la manera de hacer turismo en Nicaragua ya que esta herramienta será de gran utilidad para mejorar la accesibilidad de la información inmediata y eficaz que no está disponible o es poco accesible de las edificaciones religiosas más importantes de Managua, León y Granada, que puede ser útil tanto a estudiantes con fines académicos, y a los profesionales del sector con fines informativos y turistas nacionales e internacionales

La aplicación de la herramienta CANVA permitió conocer el funcionamiento y lo que se debe cumplir para que el emprendimiento se lleve a cabo analizando el segmento de mercado para conocer los clientes potenciales que en este caso son los adultos entre 25 y 45 años de índole religioso que estén interesados en conocer la cultura e historia de las edificaciones religiosas, los canales de expansión para darle publicidad y mejorar la factibilidad del emprendimiento de igual manera la importancia de crear alianzas con socios que mejoren la eficiencia de la app y sus permisos requeridos y todos los criterios que se deben cumplir para que un emprendimiento funcione adecuadamente.

La rentabilidad de la aplicación está planteada en la estructura de costos es decir que a largo plazo se convierte en un emprendimiento sostenible a medida que pasa el tiempo y que lleguen mejoras más rentables.

Este emprendimiento al ser una app móvil es más fácil hacer que muchas personas la conozcan y mediante las estrategias de marketing planteadas tendrá un impacto grande por su diseño y funcionalidades entre los videos promocionales y el pago a influencers viajeros que para que estas apps van a dinamizar la aceptación de público. A esto se le incluye la experiencia al navegar en la app más su presencia en las redes sociales hará que las personas que la usen realicen sus viajes o

simplemente vean o vivan la experiencia desde sus casas por su modo interactivo e inmersiva con el usuario.

La app trae funcionalidades que le permite por si sola atraer al turista por medio de un Tour virtual: Este funcionara como un incentivador que le permita al turista hacer una elección precisa de lo que desea experimentar mediante un preámbulo visual en imágenes 360 grados. Con respecto al audio guiado, este solventara la carencia de guías locales dando una solución a esa problemática al momento de realizar un tour.

Este emprendimiento tiene un carácter inclusivo con las personas que por circunstancias ajenas a su voluntad no pueden visitar el destino en cuestión, impidiéndoles vivir la experiencia por alguna incapacidad. De igual forma la aplicación cumple su propósito de aportar al rescate cultural religioso del país ya que posee una manera efectiva, atractiva e innovadora de llamar a la acción al turista que la mayor parte del tiempo hace de espectador y no protagonista de su experiencia.

VI. Bibliografía

Creativa, N. (2019-2021). *Nicaragua Creativa*. Obtenido de <https://www.nicaraguacreativa.com/relacion-entre-las-plataformas-y-el-programa-nacional-de-economia-creativa/>

Nacional, G. d. (Julio de 2021). *PNDH*. Obtenido de <https://www.pndh.gob.ni/index.shtml>

UNESCO. (06 de Abril de 2021). *UNESCO*. Obtenido de <https://es.unesco.org/news/turismo-cultural-y-creativo-hoy>

Unidas, O. d. (s.f.). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

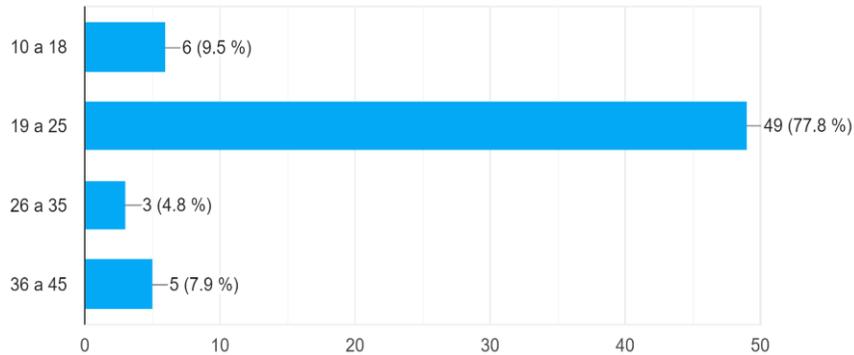
Unidas, O. d. (s.f.). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

VII. Anexos

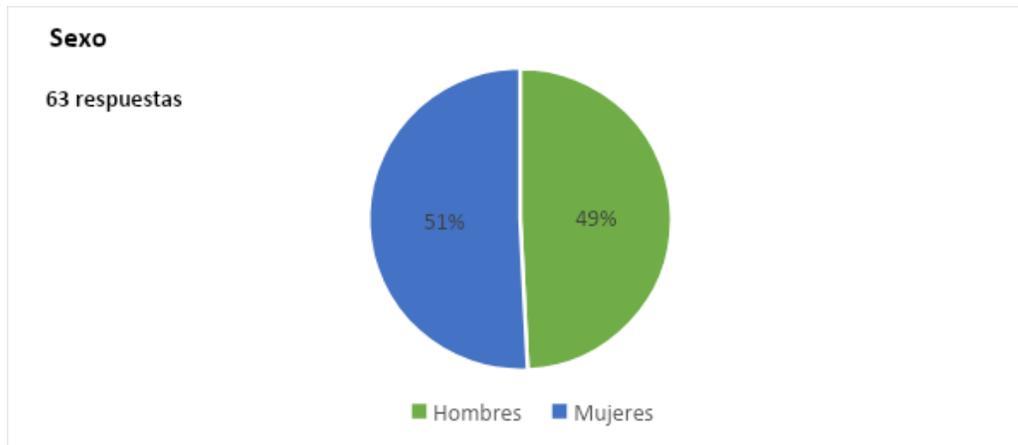
Análisis de la Encuesta

Edad

63 respuestas



Según la encuesta la mayoría de las personas que realizaron la encuesta fueron con un 77.8% en rango de edad de 19 a 25 años ayudándonos de esta manera a la

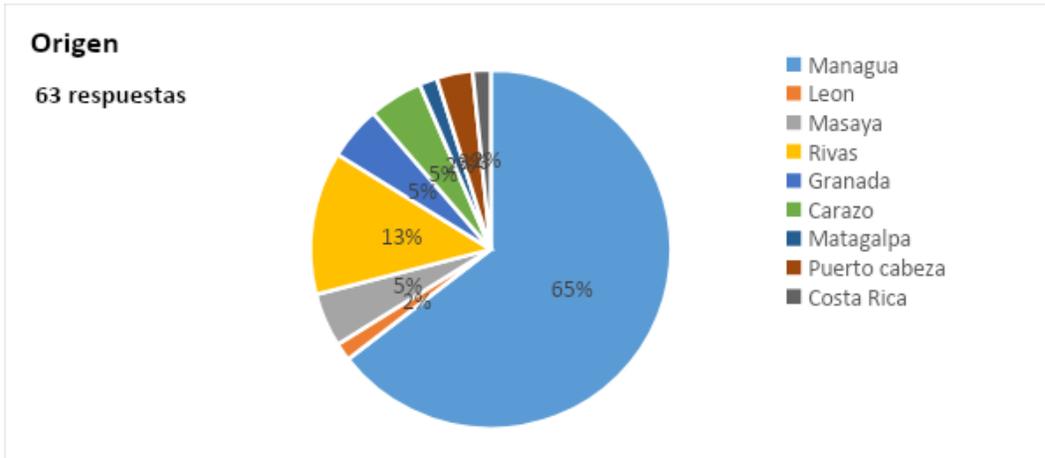


escogencia de nuestro segmento de clientes.

Ilustración 2 Encuesta-Edad

Ilustración 3 Encuesta-Sexo

En cuanto al sexo hubo más participación de las mujeres, este nos hace saber



estas están más interesadas en realizar este tipo de actividad

En relación al origen de los encuestados el 65% son de Managua y el resto están distribuidos en los diferentes departamentos del país.

Considera que en Nicaragua se necesita saber mas sobre su cultura

63 respuestas

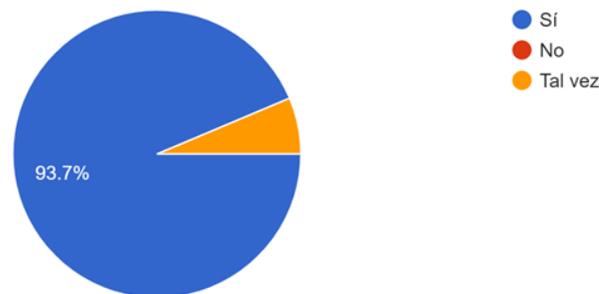


Ilustración 4 Encuesta-Origen de los encuestados

Ilustración 5 Encuesta- Opiniones

El 93.7 considera que se necesita saber más sobre la cultura del país de esta manera confirmamos que si existe un escaso conocimiento sobre su propia cultura

Por que razon descargaría alguna de las 2 apps
63 respuestas

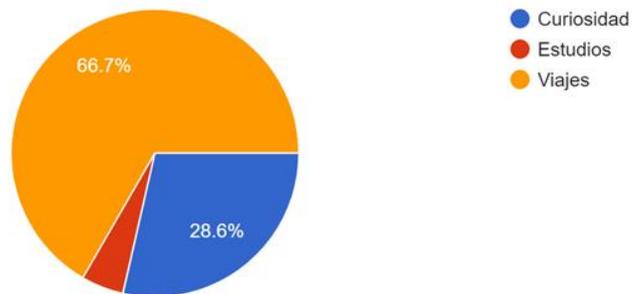


Ilustración 6 Encuesta-Razones para descargar la app

La mayoría de encuestados afirmaron que la razón principal por la cual descargarían la app sería para sus viajes ya que esta le sería de gran ayuda

Que posibilidad existe de que recomiende la app al descargarla

63 respuestas

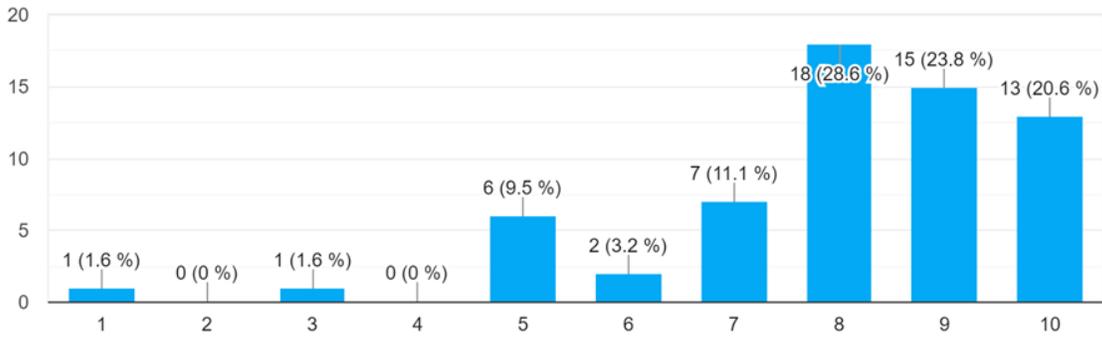


Ilustración 7 Encuesta-Recomendación de la app

Los encuestados consideran muy posible recomendar la app a otros usuarios.

Del 1 al 10 como califica la idea de crear estas apps

63 respuestas

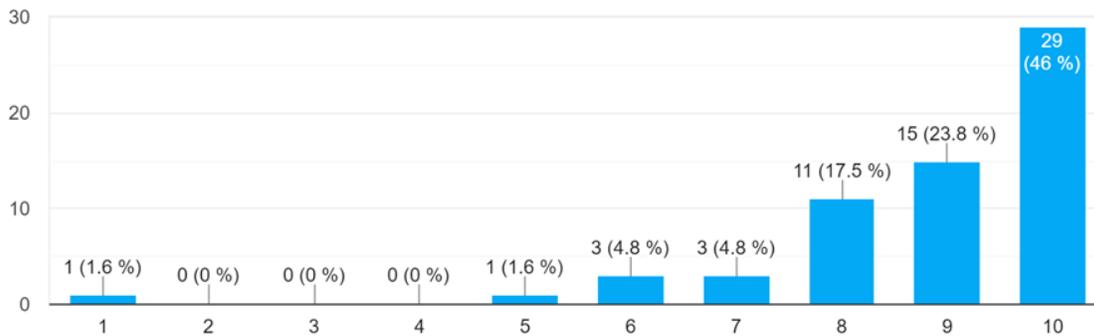
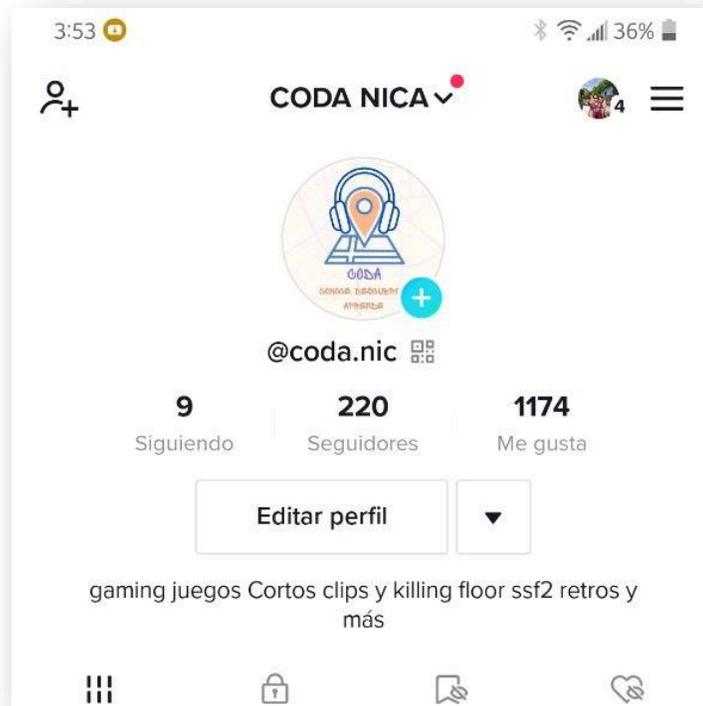


Ilustración 8 Encuesta-calificación de las ideas

Sin duda alguna en su gran mayoría los encuestados consideran que las ideas son muy buenas e innovadoras para el sector turismo

Perfiles de Redes Sociales



Equipo de Trabajo

