

**Desarrollo de prototipo de aplicación móvil para incentivar el turismo en San Antonio
de la ciudad de Cali**

Yulieth Campo Quintana

Trabajo de grado para optar el título de Diseñadora Visual

Director

Mag. DG. Luz Adriana Cometa Fernández



Institución Universitaria Antonio José Camacho

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Diseño Visual

2022

Dedicatoria

Esta tesis se la quiero dedicar a mi hijo, por ser mi compañero y convertirse en mi fuerza y mi fortaleza para superar y continuar por este camino de la vida, a mi madre y a mi abuela por haber sido las mujeres ejemplo a seguir, por haberme educado, formado en valores y gracias a todo ese proceso soy la mujer que soy; espero algún día volver a verlas para abarazarlas nuevamente y agradecerles infinitamente por su compañía, entrega y amor.

A mi gran compañero Henry que al pasar los días se ha convertido en un gran amigo, siempre estuvo pendiente de todos y de todos, un ser humano integro y digno de admiración, solo quiero decirle que lo quiero mucho.

Agradecimientos

Quiero agradecer enormemente a mi abuela quien fue quien me motivo para convertirme en una profesional y porque nunca dejo de creer en mi; a mi madre por sus consejos, por su dedicación y por enseñarme que siempre debo esta en permanente formación.

Asimismo, a mi hijo por su amor y paciencia, a mi esposo por ser mi amigo y confidente, gracias por brindarme su amor y confianza, por ser las piezas claves en todo este proceso, por ayudarme a construir este sueño junto a ustedes.

Agradezco a mi compañera, profesora y tutora Luz Adriana Cometa por todo su acompañamiento, por su apoyo y vocación; también a todo el cuerpo docente que me han permitido crecer personal y profesionalmente, sin ustedes esto no lo había logrado sola.

Gracias Dios por haberme permitido conocer a cada uno de estos seres de luz que me han acompañado.

Contenido

	Pág.
Introducción.....	12
1. Desarrollo de prototipo De Aplicación Móvil Para Incentivar El Turismo en San Antonio de La Ciudad De Cali	14
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.1.1 Formulación del problema	15
1.1.2 Sistematización del problema	15
1.2 Justificación	16
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 Objetivo General	18
1.3.2 Objetivos Específicos.....	18
2. Marco Referencial	19
2.1 Marco Teórico.....	19
2.1.1 Turismo	19
2.1.2 Narrativa transmedia	21
2.1.3 Diseño centrado en el usuario	23
2.1.4 Patrimonio cultural.....	24
2.1.5 Memoria colectiva.....	25
2.2 Marco Contextual	27
2.2.1 Eco Barrio	29
2.2.2 Proyectos en San Antonio	30

2.3 Marco Legal	31
2.3.1 Normatividad sobre el turismo	31
2.3.2 Normatividad sobre plataformas digitales	33
2.3.3 Normatividad sobre Economía Naranja	35
2.4 Estado del arte	36
3. Método	43
3.1 Paradigma investigativo	43
3.2 Modelo	44
3.3 Método	46
3.4 Instrumentos de recolección de información	48
4. Resultados	52
4.1 Modelo de diseño aplicado	52
4.1.1 Descubrir:	53
4.1.2 Definir:	58
4.1.3 Desarrollar:	60
4.1.4 Entregar:	64
5. Conclusiones	76
Referencias	78
Apéndices	83

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Proyecto Internacional - Desarrollo de una aplicación móvil de turismo para impulsar recuperar la memoria cultural de la ciudad de Guayaquil.</i>	36
Tabla 2. <i>Proyecto Internacional - Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística en la Provincia de Jauja-Junín</i>	37
Tabla 3. <i>Proyecto Nacional - Diseño de un prototipo de app para incentivar y promocionar la oferta turística del municipio de Guatapé</i>	38
Tabla 4. <i>Publicación Nacional - ¿Cuál es el proceso de diseño y desarrollo de apps?</i>	39
Tabla 5. <i>Proyecto Local - WUDO. Herramienta para la asistencia y contratación de servicios de hogar utilizando plataformas móviles</i>	40
Tabla 6. <i>Proyecto Local - Diseño de una aplicación móvil de bioseguridad aplicada a la Cosmetología - Biobeauty app</i>	41
Tabla 7. <i>Cronograma de Formulación y planteamiento del documento de grado</i>	46
Tabla 8. <i>Cronograma de ejecución y diseño de prototipo de app</i>	47
Tabla 9. <i>Formato presupuestal</i>	47
Tabla 10. <i>Análisis de la encuesta</i>	53
Tabla 11. <i>Lista de verificación</i>	58
Tabla 12. <i>Ficha de propuesta creativa</i>	59

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Comportamiento PIB Alojamiento y Servicios de Comida.</i>	17
Figura 2. <i>Mapa de comunas – Santiago de Cali</i>	28
Figura 3. <i>San Antonio como Eco Barrio</i>	29
Figura 4. <i>Modelo del doble diamante</i>	43
Figura 5. <i>Pregunta 1</i>	53
Figura 6. <i>Pregunta 2</i>	54
Figura 7. <i>Pregunta 3</i>	54
Figura 8. <i>Pregunta 4</i>	55
Figura 9. <i>Pregunta 5</i>	55
Figura 10. <i>Pregunta 6</i>	56
Figura 11. <i>Pregunta 7</i>	56
Figura 12. <i>Pregunta 8</i>	57
Figura 13. <i>Isologo</i>	64
Figura 14. <i>Iconos</i>	64
Figura 15. <i>Tipografía Principal</i>	65
Figura 16. <i>Tipografía Secundaria</i>	65
Figura 17. <i>San Antonio septiembre 2020 (autoría)</i>	65
Figura 18. <i>Paleta de colores</i>	66
Figura 19. <i>Bocetos isologo</i>	66
Figura 20. <i>Interfaces por cada apartado de la app</i>	67
Figura 21. <i>Logo App Cali Touring</i>	67

Figura 22. *Pantalla de lanzamiento*68

Figura 23. *Home o pantalla inicio*.....68

Figura 24. *Botones del menú*.....69

Figura 25. *Menú Hospedaje*70

Figura 26. *Menú Gastronomía*70

Figura 27. *Menú Cultura*71

Figura 28. *Menú Patrimonio*72

Figura 29. *Menú Artesanías*72

Figura 30. *Barra auxiliar*73

Figura 31. *Pregunta 1*73

Figura 32. *Observaciones*74

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. <i>Encuesta turística - Cali</i>	82
Apéndice B. <i>Fotos ubicaciones de restaurante, hostel, museo, artesanía y patrimonio</i>	83
Apéndice C. <i>Encuesta satisfacción – App Cali Touring</i>	86

Resumen

Este proyecto tiene como propósito aportar al turismo en el sector de San Antonio de la ciudad de Cali, conocido por su arquitectura colonial, gastronomía internacional, entre otros; por medio del prototipo de una aplicación que guíe y oriente a los turistas incorporando la parte transmedia.

Esta aplicación, pretende convertirse en una herramienta que muestre lugares para el disfrute de una estadía más agradable, dejando a la ciudad de Cali, como una ciudad vanguardista de la tecnología.

Lo anterior, se hará partiendo de un proceso de investigación cualitativa y cuantitativa, este estudio también aporta en la solución de una problemática que parte de que el turista no encuentra una guía apropiada para desplazarse dentro de ciertos sectores que desea visitar.

Palabras Clave: turismo, narrativa transmedia, diseño centrado en el usuario, patrimonio cultural, memoria.

Abstract

The purpose of this project is to contribute to tourism in the "San Antonio" a beautiful sector of the city of Cali, known for its colonial architecture, international gastronomy, among others; through the prototype of an application that guides and orients tourists incorporating the transmedia part.

This application aims to become a tool that shows places to enjoy a more pleasant stay, leaving Cali as a cutting-edge city of technology.

The above will be done based on a qualitative and quantitative research process, this study also contributes to the solution of a problem that starts from the fact that the tourist does not find an appropriate guide to move within certain sectors that he wishes to visit.

Keywords: tourism, transmedia storytelling, user-centered design, cultural heritage, memory.

Introducción

Este proyecto de tesis tiene como principal objetivo de diseñar un prototipo de aplicación que pueda posicionar el turismo, aportando al crecimiento cultural de la comuna 3 de la ciudad de Cali. Es un tema de investigación con el propósito de facilitar la promoción del turismo en el barrio San Antonio, aportando así una mejor identificación de lugares y espacios donde los usuarios puedan disfrutar de la mejor manera. Como es sabido, el manejo de las TICS actualmente hace parte de nuestras actividades diarias dentro del entorno en que nos desenvolvemos, por lo tanto, se busca una solución a la problemática mediante esta investigación.

Para lo cual se ha utilizado como herramienta de investigación la encuesta, por medio de esta se busca obtener datos que demuestren con más detalle como identificar los factores que impiden al turista conocer sobre la ciudad de Cali, para proponer una solución viable mediante la tabulación de los datos obtenidos, es posible realizar un análisis, con el fin de verificar el contenido de los objetivos planteados.

Este proyecto es realizado en la comuna 3, siendo objeto de estudio el barrio San Antonio, de la ciudad de Cali. Este estudio, contiene cinco apartados, que se han distribuido de la siguiente manera:

En primer lugar, menciona el problema de investigación que permite plantear ¿Cómo una aplicación puede posicionar el turismo, aportando al crecimiento cultural de la comuna 3 de la ciudad de Cali? Lo que permite proporcionar a las personas que planean visitar la ciudad una alternativa digital confiable, basada en la experiencia. La pregunta anterior indaga en las dinámicas internas y en la interacción que proporciona una aplicación de este tipo y que ofrece la posibilidad como en todo ejercicio de diseño de ir más allá de la simple transmisión de información, sino que convierte un entorno virtual en toda una experiencia.

En segundo lugar, del marco teórico se van a tratar las palabras claves desde distintos puntos, se redacta la fundamentación teórica y por ende se establece la muestra. El marco teórico debe abarcar desde los componentes técnicos que rodean una aplicación de estas características hasta sus rasgos estéticos y llegando por último sus implicaciones sociales.

En tercer lugar, del marco metodológico, se establecen las fórmulas adecuadas para la recolección de información que nos permite crear un panorama del problema, se usan encuestas de selección múltiple como herramienta principal lo que permite estandarizar opiniones, sesión creativa a través de un formato de propuesta creativa para dar una mirada más amplia a la lectura del problema se presenta por el momento, también apoyados de la observación para conocer el nivel de impacto de la propuesta. No sin antes haber consultado e indagado de manera suficiente en los precedentes, para encontrar fortalezas de otros proyectos y optimizar de este modo la propuesta.

En cuarto lugar, del análisis e interpretación de resultados, se reúnen las preguntas que fueron parte de la investigación para contabilizar las respuestas obtenidas del público investigado y así evidenciar en gráficos estadísticos, de los que más adelante se hace un análisis de los resultados obtenidos. De la correcta visualización de estos datos se pueden generar aspectos a tener en cuenta para la óptima articulación de la propuesta y permitir que las fases del proyecto se hilen una a otra con buen flujo de trabajo y la parte operativa tenga la menor cantidad de errores posibles.

En quinto lugar, se concluye con la propuesta de solución al problema, que consiste en el diseño de un prototipo de app turística ligado a las competencias del programa de diseño visual, que permitirá que este trabajo cumpla todas las normas establecidas en el presente documento, la idea es que al llevarlo a cabo impacte de manera asertiva al usuario.

1. Desarrollo de prototipo De Aplicación Móvil Para Incentivar El Turismo en San Antonio de La Ciudad De Cali

1.1 Planteamiento del Problema

El proyecto surge de la necesidad de una aplicación o plataforma que sirva de apoyo informativo a los turistas que visitan la ciudad de Cali, con datos clave para realizar recorridos turísticos por los distintos sectores. La falta de información es un inconveniente a la hora de hacer turismo, ya que no es posible optimizar el tiempo en los recorridos ni administrar y aplicar correctamente los recursos disponibles, a la vez que lugares turísticos que están en proceso de reactivación se quedan sin visitar, debido a la falta de visibilización. Todo esto naturalmente tiene una incidencia en cierta escala, en la economía local.

Mediante un sondeo personal, se comprobó que no hay una aplicación o página especializada en este campo, que cumpla la función de articular los puntos turísticos de la ciudad y sectores aledaños, con el flujo de turistas que llegan a la ciudad en casi todas las secciones del año, siendo más concurrido los meses de fin de año y en las vacaciones de mitad de año.

La virtualidad que se instaló en los dos últimos años en el mundo y en la ciudad permitió que la interacción de los usuarios y los dispositivos tecnológicos aumentara en gran medida, al punto en que muchas personas con mínimo o nulo contacto con la tecnología, tuvieron la necesidad de insertarse en esa relación y aprendieron la lógica de dicha interacción. Por lo tanto, se puede pensar que un proyecto de esta naturaleza tendrá alto alcance en todos los sectores sociales y los rangos de edad, debido a que la gente se conecta mucho más que antes a sus dispositivos y los integra a sus distintos quehaceres y actividad, incluido lógicamente; el turismo.

El sector de San Antonio de la comuna 3 turístico de la ciudad de Cali, como el de muchas otras ciudades, luego de la crisis sanitaria mundial, quedó bastante lastimado en términos

económicos sin embargo y en una paulatina recuperación de la normalidad, existen en marcha planes de reactivación económica con una lenta recuperación de los diversos sectores. En este punto es donde se plantea como un refuerzo de esa dinámica de reactivación la creación de una aplicación o plataforma que englobe y permita la interacción amable de los turistas con la red de sitios turísticos de la ciudad en sus diversas categorías. Se ha podido percibir la profunda conexión que se desarrolla poco a poco entre las personas y sus dispositivos, incluso los distintos engranajes económicos se han encargado de afianzar esta relación al crear lazos entre los usuarios y sus dispositivos con datos de validación, códigos de comprobación de identidad, lecturas de códigos de barra de documentos de identidad, reconocimiento de huellas y reconocimiento facial. Las entidades financieras especialmente han optado por descargar en los dispositivos personales todo un aparato de identificación, que vuelve casi tan imprescindible portar el dispositivo, como la cédula de ciudadanía.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo una aplicación puede posicionar el turismo, aportando al crecimiento cultural de la comuna 3 de la ciudad de Cali?

1.1.2 Sistematización del problema

¿Por qué la falta de información sobre la ciudad de Cali, puede afectar el crecimiento del turismo?

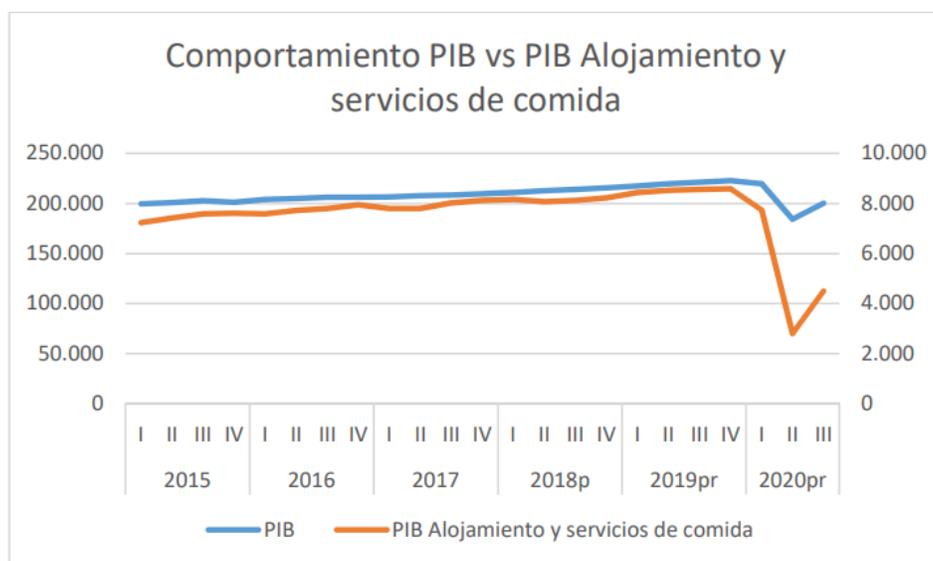
¿Desde el diseño visual se puede ayudar a que los turistas se ubiquen con facilidad en la comuna 3 de la ciudad de Cali?

1.2 Justificación

La importancia de este proyecto radica en la capacidad imperativa de brindar confianza a los turistas y a mejorar su planeación del disfrute de lo que puede ser su próximo viaje al llegar a la ciudad de Cali. Por todo lo anterior, es necesario el diseño de una aplicación móvil, Según la Encuesta de Gasto Interno en Turismo realizada por el DANE, Cali es la tercera ciudad con la mayor participación turística del país, con un 16,3 % de personas que realizaron viajes por turismo entre 2012 y 2013. También reconocida a nivel nacional por sus actividades deportivas y festivales tanto locales como internacionales.

Desde una visión general, el turismo en la ciudad se redujo considerablemente a través de los años generando así pérdidas económicas para los sectores turísticos ubicados en la comuna 3, según el Boletín de Estadísticas de Turismo julio – diciembre 2020 “Se puede observar que el Producto Interno Bruto correspondiente a la cuenta de alojamiento y servicios de comida tuvo una contracción mayor que el Producto Interno Bruto que abarca la totalidad de bienes y servicios producidos por la economía. Lo anterior a raíz de las medidas de aislamiento preventivo obligatorio que tuvieron una repercusión negativa especialmente en el sector del turismo, estrechamente ligado a servicios de comida y alojamiento. Esto porque por un lado los servicios de comidas y alojamiento estuvieron restringidos en su operación y por otro lado por la drástica caída en la llegada de pasajeros internacionales al país debido a las restricciones aéreas impuestas por el Gobierno Nacional.

Figura 1. Comportamiento PIB Alojamiento y Servicios de Comida.



Fuente: DANE

El diseño de la aplicación parte de un problema y es que dentro de la misma ciudad una propuesta como la planteada, que busca mejorar la calidad de la estadía de los visitantes al momento de planear su viaje, logrando que puedan tener una comunicación asertiva para que se ubiquen con facilidad dentro del sector que es foco de esta investigación.

En tal sentido, la creación de este prototipo de aplicación para los visitantes a la ciudad tendrá un impacto positivo al momento de hacer uso de ella, ya que optimizará su tiempo al planear sus rutas turísticas, llevándolo a disfrutar y a vivir una gran experiencia en la ciudad de Cali.

Es importante tener en cuenta que la aplicación tiene especial alcance para el sector turístico y sus actores comerciales, por tal motivo el desarrollo de esta aplicación se presta para que confluyan diferentes sectores que se puedan ver beneficiados de un flujo constante de turistas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar una aplicación de posicionamiento de servicios turísticos culturales en el barrio San Antonio de la ciudad de Cali.

1.3.2 Objetivos Específicos

Identificar los factores que impiden al turista conocer sobre la ciudad de Cali.

Desarrollar una línea grafica visual para su implementación en la interface.

Diseñar una aplicación que permita mostrar los sitios turísticos que hay en la comuna 3 de la ciudad de Cali.

2. Marco Referencial

2.1 Marco Teórico

En esta sección se describen los conceptos que constituyeron la base teórica en la investigación para orientar la conformación de los planteamientos requeridos en la labor investigativa.

2.1.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo OMT — se entiende como las personas que efectúan viajes, desplazándose a otros lugares, y durante aquella estadía realizan actividades completamente diferentes a su contexto acostumbrado; aprendiendo de la cultura y tradiciones de otras sociedades.

2.1.1.1 Tipos de turismo

Turismo individual

Es el turista quien planea y decide de forma individual e independiente cómo, dónde y qué actividades realizará en su lugar de destino; en este tipo de turismo, también se comprende el turismo mochilero.

Turismo masivo

No es un turismo distintivo, por el contrario, es accesible a cualquier tipo de usuarios porque no califica su nivel social o económico, dado que es de menor calidad por su bajo costo en servicios. En este turismo encontramos el turismo de sol y playa, por ser lugares de valor reducido.

Turismo familiar

Es aquel turismo que ejecuta en familia, las personas buscan lugares que proporcionen programas y servicios familiares. Por el enfoque familiar, este el turismo que más se lleva a cabo, como también el que más ingresos genera en los establecimientos del destino que visitarán.

Turismo cultural

Su principal atractivo son lugares llamativos por su patrimonio inmaterial, donde los visitantes buscan adquisición de nuevos conocimientos, dado que su entorno gira alrededor de museos, costumbres, gastronomía, música, historia, folklore, entre otras industrias culturales.

Es un tipo de turismo que permite el desarrollo económico, social y cultural a nivel local o regional, mejorando la calidad de la educación, la generación de empleo e ingresos; bajando los niveles de pobreza, sobre todo este proceso se ve reflejada en los países en vía de desarrollo.

Su sustentabilidad es certificada y comprobada a través sus prácticas operativas por medio de Los Programas de Certificación del Turismo Sustentable que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, verifican una función que cada día se vuelve significativa en la regulación de las actividades turísticas. Entre ellas podemos clasificar en las siguientes:

- **Creativo:** realiza actividades creativas y artísticas, como exposiciones de escultura, pintura, festivales, conciertos musicales, etc.
- **Urbano:** es el dado en aquellas ciudades que son declaradas Patrimonio de la Humanidad, sus clientes son de un alto nivel cultural y económico, es calificado como un turismo masivo y de gran impacto dentro de la economía mundial.
- **De compras:** es aquel turismo donde se adquieren artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común, etc., a un buen precio o en ocasiones sus costos son elevados por el valor comercial estipulado por su demanda.
- vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye
- **Gastronómico:** se relaciona a la comida típica, la degustación de sus productos es una explosión de sabores y sensaciones del destino visitado.

2.1.2 Narrativa transmedia

Wikipedia (7 oct 2021) Dice que la narrativa transmedia o Storytelling es un tipo de relato de que no se ve desde una perspectiva narrada, sino que se adapta a diferentes contextos y formatos que le permiten seguir llevando el mensaje inicial: Es un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión. No debe confundirse con los productos franquiciados cross-media, secuelas o adaptaciones.

2.1.2.1 Producción de contenido transmedia. Wikipedia (7 oct 2021) Dice que para que narrativa transmedia tenga un enganche con las personas se debe realizar un estudio de contexto para saber hacia dónde se quiere llegar con la historia que queremos contar.

Partiendo desde la producción, se necesita desarrollar contenido para atraer a los usuarios utilizando distintas técnicas que permita lograr ese enganche, la producción transmedia crear historia por medio de los otros formatos para realizar piezas ideales pensadas para los distintos canales, algo importante a tener en cuenta es que estas piezas estén ligeramente relacionadas, dando espacio que exista una sincronía narrativa.

Lo ideal para que este contenido transmedia funcione, el consumidor debe circular por las diferentes plataformas, donde invertirá esfuerzo y tiempo para que su experiencia dentro de este mundo tecnológico sea elocuente. En el libro "Convergence culture", Henry Jenkins «califica a la narración transmediática como una nueva estética que surgió como consecuencia de la convergencia de los medios» lo considera el arte de crear mundos.

Para Albarello, F. (2019). «Consumo audiovisual. De la multitarea al consumo transmedia» afirma que "si con las narrativas transmedia se intenta englobar bajo una misma historia la

actividad multitarea de las audiencias con el objeto de conectar esas múltiples pantallas, la producción de los usuarios debe tener su lugar en el marco del relato que se intenta contar."

Así mismo el investigador Gabriel Ernesto Levy Bravo (2019). «Ponencia de Gabriel Levy sobre Transmedia en Mediamorfosis Argentina.» en un artículo publicado en 2018, definió la Narrativa transmedia "como una estrategia comunicacional mediante la cual los contenidos se diseñan y producen de tal forma que pueden expandirse fluidamente en múltiples plataformas, contenedores y pantallas, lo que puede generar alternativas de consumo, por consiguiente, impactar en múltiples audiencias". Subraya que la intención es "lograr la suficiente flexibilidad para que las narraciones circulen de manera articulada y sutil por múltiples escenarios y plataformas".

2.1.2.2 Formatos de la narrativa transmedia. Wikipedia (7 oct 2021) Dice que para que narrativa transmedia se comunica a través de diversos medios y plataformas de comunicación con el objetivo de transformar a los espectadores en participantes activos de la interacción:

- **Apps:** las aplicaciones móviles cada día son más utilizadas y tal vez por este motivo varias empresas eligen este instrumento para crear contenidos y así poder interactuar de una forma más cómoda y factible.

Acerca del desarrollo técnico de las aplicaciones, se puede decir que Android es un sistema operativo móvil que se basa en el kernel de Linux lo cual permite desarrollar aplicaciones para plataformas móviles con la ayuda de Java / Kotlin y XML . Java y Kotlin son lenguajes de programación utilizados como back-end y XML es un lenguaje de marcado para desarrollar interfaces de usuario en Android. En este punto podemos hablar del aspecto gráfico y de diseño de las aplicaciones, el cuál debe incluir en los ítems a trabajar elementos

como la vista de navegación, la vista de desplazamiento, y la estética en general, así como su cromatismo. Elementos determinantes a la hora de la interactividad y las dinámicas del usuario y su interface.

- **Audios:** las canciones tienen un gran dominio e importancia en la web, de hecho, los podcasts son un formato para comercializar podscasting como: conferencias, congresos, entrevistas, tutoriales.
- **Blogs:** son un medio para acercar tanto a los usuarios como los creadores del contenido, puede ser forma de fidelizar clientes, relacionarse con ellos y crear estrategias comunicativas para diferenciarse de otros.
- **QR Codes:** los QR son el desarrollo de los códigos de barra, los cuales nos direccionar de manera inmediata a múltiples contenidos como vídeos, imágenes, audios, etc., de páginas web, correo electrónico o a descarga de aplicaciones.
- **Videos:** sistema audiovisual que ayuda a la creación de contenido como entrevistas, animaciones, capacitaciones, tutoriales y puede ser distribuido en diferentes plataformas, una de las más usadas es YouTube.
- **Web:** es un elemento que independientemente de los tipos de narrativas, permitirá alcanzar a un gran número de público, lo ideal es que sea un diseño ligero, intuitivo, muy bien organizado y se pueda visualizar en todos los dispositivos móviles.

2.1.3 Diseño centrado en el usuario

Este tipo de diseño se enfoca principalmente en llevar a cabo diseños basados en la información de quienes van a usar un artículo o producto, de esta forma, se optimizaría y adaptarían los productos a los individuos en la satisfacción de necesidades.

Pero la identidad de este tipo de diseño depende del enfoque que se le brinda, a lo que Kalbach (2007), refiere en cuatro tipos principalmente:

- Si es un diseño centrado en el diseñador, donde es éste quien plasma su percepción y determina lo mejor para cada momento.
- Si el diseño está centrado en una empresa, podría recurrirse a sitios web que fomente y reconozca públicamente una estructura y requerimientos de la misma.
- Si el diseño se centra en el contenido, el contenido informativo se basa en la organización del sitio y modo de navegación.

2.1.4 Patrimonio cultural

Es la herencia cultural que nos dejan nuestros antepasados y que dejaremos a las futuras generaciones, en la Convención de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural la UNESCO de 1792 determinar que algunos lugares de la Tierra tienen un “valor universal excepcional” y forman parte del patrimonio común de la humanidad, por ende, se deben proteger y conservar.

Pero el patrimonio cultural no solamente se fija en los monumentos y colecciones, también abarca memorias, recuerdos heredados de nuestros ancestros, como son las tradiciones artísticas, costumbres, rituales, conocimientos, artesanías, arquitectura, gastronomía.

El patrimonio cultural tiene también características importantes que permiten que en las sociedades se genere cohesión entre los pueblos o entre las comunidades y sus integrantes, esta forma de integración favorece en gran medida el sentimiento de unidad en los países incluso en las grandes regiones continentales, cuando se produce un sentido de pertenencia por la tierra y sus

diferentes manifestaciones, crece también el respeto por el otro producto de la interacción cultural y la mutua admiración de su propia expresión.

Se puede concluir de alguna manera que este patrimonio no es algo acabado y establecido, sino que está de alguna manera en permanente crecimiento y configuración. De forma permanente están construyéndose nuevos sentidos, interacciones y significados modelando las distintas visiones que tiene los pueblos, permeados de lenguajes, sistemas filosóficos, artes y demás expresiones que se sienten vivas y latentes alrededor del mundo.

2.1.5 Memoria colectiva

Wikipedia (27 ene 2022) que la memoria colectiva es una expresión utilizada por Maurice Halbwachs, filósofo y sociólogo francés, hace mención a los recuerdos e historias que conserva y subraya en su grupo social.

Ahora bien, los entornos sociales de la memoria se establecen a través de estudiar los hechos sociales de memoria colectiva y a esta la conforman imágenes, opiniones, ideas o percepciones. Además, la memoria colectiva es difundida e integrada una comunidad, también se conectada con la opinión pública.

2.1.5.1 Memoria histórica de San Antonio

El barrio San Antonio puede considerarse un patrimonio viviente que cuenta con un espíritu latente en sus calles y en sus dinámicas urbanas, que albergan una riqueza que no se limita únicamente a sus edificaciones y trazados coloniales, sino a un tesoro inmaterial transmitido de generación en generación consistente en su expresión, su oralidad, y modos de pensamiento muy ligados a la “caleñidad” tradicional, ampliamente reconocida.

La ubicación del barrio tiene mucho que ver con su visión singular de ciudad, ya que para recorrerlo es preciso alejarse del ruido del centro, y zonas transitadas, para adentrarse en una intrincada red de calles tranquilas, empinadas que confluyen en la colina que actúa como coronación de máximo esplendor del recorrido.

En el barrio reposa la expresión de una forma de ser, que con los años se ha ido consolidando y se ha nutrido de los anhelos de sus habitantes, podemos encontrar casas que respiran historia. Preservando destellos de construcción en bahareque y ladrillo, pero que contraponen con construcciones más modernas que amplían la paleta arquitectónica del lugar.

Históricamente el barrio está ligado a la devoción religiosa debido a la fundación de la Capilla de San Antonio, cuya construcción se inició en 1746, gracias a Juan Francisco Garcés de Aguilar, un acaudalado ciudadano de Ambato (Ecuador), quien donó un terreno a la cofradía del santo, para que levantaran allí el altar. Pero solo a lo largo del Siglo XIX que el barrio se consolidó. Este espíritu religioso es predominante, sin embargo, también se desprenden otro tipo de tradiciones, de carácter más pagano, como las coloridas macetas de ahijados y padrinos, las procesiones patronales, castillos de pólvora y calles dedicadas especialmente a exposiciones de arte y muy especialmente, artesanías.

Según los datos históricos del barrio, en las fiestas patronales, se llevaba la imagen de San Antonio, adornado con flores, y custodiado por una procesión de damas vestidas con Matones negros y flecos, y todo terminaba en una misa campal donde se bendecía a los asistentes y se pedía por el buen desarrollo del barrio. Hoy día muchas de estas tradiciones se recuerdan de forma oral en las innumerables tertulias que se llevan a cabo en distintos lugares del barrio.

2.2 Marco Contextual

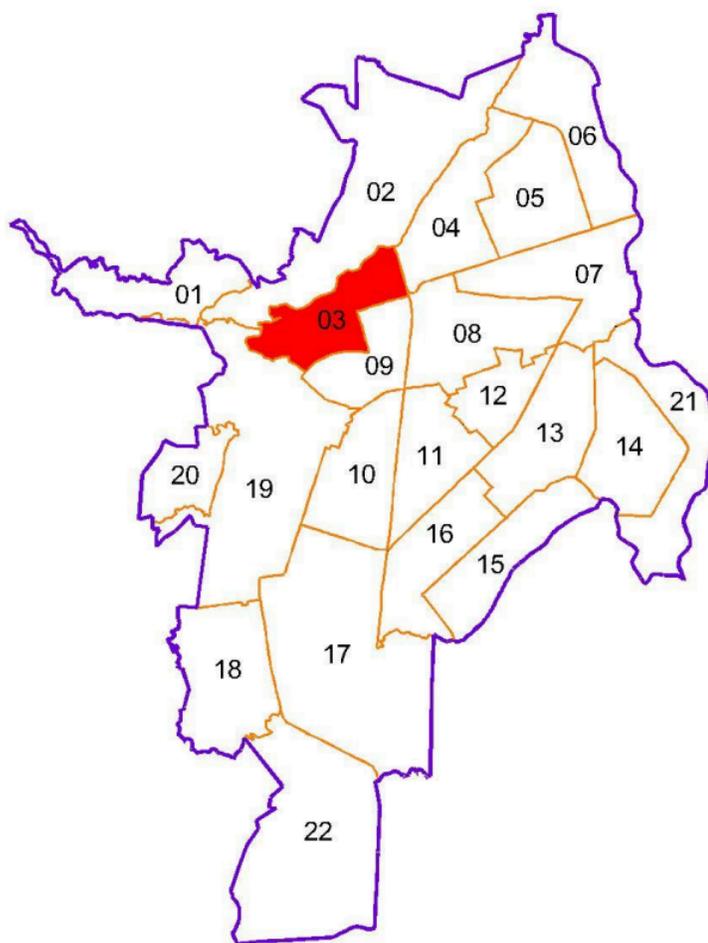
El sector de San Antonio en Cali, es ampliamente reconocido tanto local como internacionalmente por ser uno de los destinos turísticos con mayor interés, debido a su amplio circuito cultural, que se compone de innumerables estudios de artistas, galerías, salas de teatro y cafés de corte literario.

Todo este halo cultural se refuerza con su cercanía y conexión con sitios emblemáticos de la cultura en Cali, como son El Instituto de Bellas Artes y El Museo la Tertulia hacia el Oeste, Museos del Oro y La Merced hacia el centro y La Biblioteca departamental en la ruta al sur. Esta combinación académica y cultural hace que sea un lugar realmente interesante y sus recorridos una experiencia edificante, ya que el barrio cuenta con una arquitectura colonial, que sus propietarios se han esmerado en conservar, haciendo méritos incluso para ser reconocidos internacionalmente, la capilla y la colina de San Antonio fueron declarados patrimonio nacional en el año 1993.

Ese aire tradicional, que, de la mano de Grandes ventanas enrejadas, jardines y zaguanes ha resistido el paso del tiempo y en la actualidad el turista lo percibe como un abrazo cálido de la ciudad. Al parque San Antonio propiamente, que configura uno de los miradores más atractivos de toda la de la ciudad, convergen visitantes extranjeros y locales, que pueden apreciar una vista exuberante de la ciudad en toda su extensión, en algunas ocasiones la vista a la capilla adquiere tintes de ritual ya que muchas son las historias relacionadas con la búsqueda de la pareja ideal mediante la intervención divina de San Antonio, una de las tradiciones más conocidas del sector.

Otro de los fuertes turísticos de la zona es la gastronomía, que cuenta con una amplia variedad de restaurantes y cafés, todos revestidos de un aire tradicional y familiar que reconforta al visitante. El circuito gastronómico ha ido en crecimiento con la puesta en marcha de diversos sitios que aprovechan ese estilo, y fortalecen las redes de barrios que hacen parte del llamado “Cali – Viejo” emblema turístico de la región.

Figura 2. Mapa de comunas – Santiago de Cali



Fuente: [https://www.emru.gov.co/contenido/paraiso2/FORMULARIO_REQUISITOS_05-](https://www.emru.gov.co/contenido/paraiso2/FORMULARIO_REQUISITOS_05-10-2011.pdf)

10-2011.pdf

2.2.1 Eco Barrio

Uno de los aspectos mas importantes de la zona, radica en el hecho de que el barrio ha sido catalogado por autoridades ambientales bajo el concepto de Eco barrio, ya que muchas de las dinámicas que allí se dan tiene que ver con armonizar la ciudad con el medio ambiente circundante. Se da alta importancia al reciclaje, es común encontrar pequeñas plantaciones, intercambios con pequeños agricultores para algunos productos y se presta atención de parte de los habitantes a las aves de la zona que reciben cuidados en total libertad. En algunas edificaciones y construcciones se han implementados fuentes alternativas de energía como los paneles solares. Las huertas ecológicas, y la recuperación de las aguas lluvias son otras de las prácticas del Barrio, que le ha merecido el reconocimiento internacional, como pionero en América latina en realizar de manera efectiva la transición de barrio a Eco Barrio.

Figura 3. *San Antonio como Eco Barrio.*



Fuente: <https://www.facebook.com/Maurosanchezaristi>

2.2.2 Proyectos en San Antonio

Festival de las macetas

Entre las actividades mas destacadas que se realizan en San Antonio, está el festival de macetas que se realiza generalmente en los inicios del mes de Julio. El festival tiene como objetivo visibilizar la tradición de las artesanías del azúcar, que con sus productos endulzan y embellecen la zona. Es una tradición llena de color que invita al turista a formar parte de la tradición y llevar consigo una muestra de la dulzura del sector y su gente. El festival además del componente comercial que obviamente beneficia a familias del sector, también incluye experiencias de formación y talleres que buscan la prolongación de la tradición y la sensibilización de las nuevas generaciones. Este componente pedagógico permite la transmisión de los secretos en la preparación de estos majares a la vez que los visitantes viven un momento lúdico, junto a muestras artísticas de diferente orden.

La calle del Arte

Otra de las actividades para resaltar que se desenvuelven en el barrio San Antonio, es la calle del Arte, una especie de Festival Artístico y gastronómico de índole familiar que se compone de diversas manifestaciones. Para la realización del festival que generalmente se realiza en el mes de septiembre, se hace el cierre de lagunas calles, donde se puede disfrutar entre otras manifestaciones, exposiciones de pintura, muestras de baile de compañías que pueden ir fácilmente desde ritmos como la Salsa hasta el Tango. Otra de las muestras típicas de este festival son actos de carácter circense donde predomina el uso de maquillaje delicadamente elaborado y otros diferentes números por el estilo. La música por su parte tiene una gran participación ya que se invitan agrupaciones de otros municipios que enriquecen el evento con sus propuestas. En conclusión, lo que se busca es visibilizar el patrimonio material e inmaterial de la zona.

2.3 Marco Legal

A continuación, se mostrarán algunas regulaciones, leyes desde el punto de vista del turismo, normas que rigen el desarrollo de las plataformas digitales y también normativas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

2.3.1 Normatividad sobre el turismo

La Ley 2068 de 2020, conocida como Ley de Turismo, la cual modifican y se dictan otras disposiciones, esta Ley permite fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, la protección y el aprovechamiento de los destinos, fortalecer la calidad turística, fortalecer la formalización de los prestadores de servicios turísticos y promover la reactivación del sector.

"Artículo 2. Principios. Son principios rectores de la actividad turística lo siguientes:

Desarrollo social, económico y cultural. La actividad turística, conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico que contribuye al desarrollo integral de las personas, de los seres sintientes y de los territorios y comunidades, que fomenta el aprovechamiento del tiempo libre y revaloriza la identidad cultural de las comunidades y se desarrolla con base en que todo ser humano y sintiente tiene derecho a una vida saludable productiva en armonía con la naturaleza.

Artículo 3. Definiciones. Para el desarrollo de la actividad turística SE establecen las siguientes definiciones:

1. **Turismo.** Conjunto de actividades que realizan las personas -turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo

consecutivo inferior a un año, con fines, entre otros, de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios.

2. Plataforma electrónica o digital de servicios turísticos. Es aquella que permite a los turistas buscar y encontrar un servicio turístico en SIII destino de viaje, contactarse con el prestador, reservar y/o pagar por ~I servicio. Intermedian entre el turista y el prestador de servicios y cobrar una comisión, remuneración o tarifa de uso al prestador o al turista, o ambos.

3. Operador de plataforma electrónica o digital de servicio turísticos. Persona natural o jurídica que administra, opera o representa una plataforma electrónica o digital de servicios turísticos.

Artículo 11. Innovación y digitalización del turismo. El Gobierno nacional definirá una estrategia de creación de destinos turísticos inteligentes.

Como componente de la estrategia, las entidades competentes realizarán E debido acompañamiento, adaptación y seguimiento a las empresas organizaciones y destinos turísticos, creando alianzas con universidades, gremio. y demás partes interesadas para el cumplimiento de dicho fin, quienes deberá I acompañar la digitalización de los atractivos, productos y servicios turísticos ayudar a crear estrategias efectivas de comunicación para la atracción de turistas.

Artículo 18. Turismo por la Memoria. Como contribución a la paz, le reconciliación y la unidad nacional, el Gobierno Nacional promoverá y fomentar~ el turismo por la memoria en destinos de interés conforme a iniciativas locales regionales y nacionales.

Abecé de la Ley de Turismo

Este libro permite entender con mayor facilidad lo planteado en la modificación de la Ley General de Turismo.

Incluir regulación de las plataformas electrónicas para brindar herramientas dirigidas a que los consumidores puedan usar de manera confiable estos servicios, así:

- I. Las plataformas son prestadores de servicios turísticos y serán aportantes de la contribución parafiscal al hacer parte del sector.
- II. Las plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos deberán exigir y verificar que quien anuncie o promocioe la prestación de servicios turísticos en Colombia aporte la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y que su anuncio contemple toda la información sobre los servicios ofrecidos. En caso de no hacerlo, se convierten en responsables frente al consumidor.
- III. Las plataformas deberán retirar o eliminar los anuncios de los prestadores que no cuenten con RNT.
- IV. Las plataformas electrónicas de servicios turísticos tendrán obligaciones específicas y precisas para la prestación del servicio y deberán entregar la información que requieran las autoridades de inspección, vigilancia y control, así como las autoridades de fiscalización tributaria.

2.3.2 Normatividad sobre plataformas digitales

Ley 1341 de 2009, actual marco general del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, establece en su artículo 4o que, en desarrollo de los principios de intervención contenidos en la Constitución Política, el Estado intervendrá en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para lograr, entre otros, los fines de “Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones”, al igual que “Incentivar y promover el

desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones para contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones”.

Artículo 17 de la Ley 1341 de 2009 estableció como objetivos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, entre otros, diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en correspondencia con la Constitución Política y la ley, con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación y elevar el bienestar de los colombianos.

Artículo 22. Servicios de educación virtual para el desarrollo de contenidos digitales. Para los efectos del presente título, se considerarán servicios de educación virtual para el desarrollo de contenidos digitales, aquellos orientados a los siguientes componentes:

16. Usabilidad e interface de usuario: Servicio de educación virtual enfocado a mejorar la interacción de los usuarios con productos digitales.

Ley 1887 de 2018

“POR EL CUAL SE CREA LA SEMANA NACIONAL DEL BLOG Y OTROS CONTENIDOS CREATIVOS DIGITALES Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto fomentar la producción del blog y otros contenidos creativos digitales a través de las diferentes plataformas tecnológicas.

Artículo 2. Definición. Para efectos de la presente ley, se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

Artículo 8. Autorícese al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para transferir a canales públicos nacionales y regionales, el aporte de recursos orientados al fortalecimiento de la producción y emisión de blogs y contenidos creativos digitales en diferentes plataformas, con el objetivo de renovar contenidos y programación orientados a la promoción de la economía digital en la población juvenil de Colombia. El Fontic reglamentará las condiciones para determinar el alcance y monto de las transferencias según su disponibilidad.

2.3.3 Normatividad sobre Economía Naranja

La Ley 1834 de 2017 tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas son entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Artículo 2. Definiciones. Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de 'artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

2.4 Estado del arte

El estado del Arte ha sido trabajado los referentes académicos internacionales, nacionales y locales que le aportaron a este proyecto.

Tabla 1. *Proyecto Internacional - Desarrollo de una aplicación móvil de turismo para impulsar y recuperar la memoria cultural de la ciudad de Guayaquil*

<i>Año</i>	<i>Universidad</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>	<i>Tipo de proyecto</i>
2019	Universidad Casa Grande	Desarrollo de una app móvil de turismo para impulsar y recuperar la memoria cultural de la ciudad de Guayaquil	Xavier Quimí Cañarte	Proyecto de grado
<i>Análisis</i>	El proyecto aborda claramente el intento de realizar un prototipo de app donde los turistas logren disfrutar al máximo su estadía en la ciudad de Guayaquil, es decir, que los visitantes puedan conocer este lugar como si fuera un guayaquileño más; la idea es que el turista viva de cerca una experiencia llena de olores, sabores, percepciones que rodeada de sus rituales, folclore y tradiciones que arraigan su patrimonio cultural, creando un vínculo entre la ciudad y los turistas por medio de la tecnología.			
<i>Aporte para el proyecto</i>	Este proyecto contribuye en darme una claridad sobre cuáles pueden ser las posibles funciones que debe llevar mi prototipo de app, por ejemplo: que pueda ser una aplicación que se base en un diseño simple y completamente funcional, donde el usuario se pueda familiarizarse fácilmente. Entre las funciones que se pueden tener en cuenta son:			

Perfil de usuario, ítem de menú principal que cuente con un mapa donde se pueda ubicar restaurantes, hoteles, sitios turísticos, donde el usuario programe una ruta tentativa para optimizar tiempo; además de contar con avisos dentro de la app sugiriendo lugares cercanos que posiblemente le puedan interesar y un chat bot,

Tabla 2. Proyecto Internacional - Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística en la Provincia de Jauja-Junín

<i>Año</i>	<i>Universidad</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>	<i>Tipo de proyecto</i>
2019	Universidad del Centro del Perú	Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística de la Provincia de Jauja-Junín	Bryan Jhorday Ore Armas	Tesis de grado
<i>Análisis</i>	La tesis busca diseñar una aplicación móvil como medio estratégico para promover y divulgar sobre la Provincia de Juaja-Junín, dado que en esta Provincia no cuenta con un marketing turístico adecuado que lo ayude a posicionarse dentro del país como un lugar de alto interés para visitar.			
<i>Aporte para el proyecto</i>	Este proyecto me enfoca a mi propósito de app, ya que cuenta con otros ítems de mucho interés para los futuros usuarios, partiendo desde el planeamiento del viaje para que pueda tener información rápida, completa, accesible y oportuna de la comuna 3 de la ciudad de Cali. Además, habla de cómo las TICS influyen en el turismo hoy en día, logrando integrar al visitante son su futuro entorno, abriendo la posibilidad de un			

turismo sostenible y de calidad, porque lo llenará de expectativas al conocer de cerca la historia, cultura, diversidad, gastronomía, entre otros.

Tabla 3. *Proyecto Nacional - Diseño de un prototipo de app para incentivar y promocionar la oferta turística del municipio de Guatapé*

<i>Año</i>	<i>Universidad</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>	<i>Tipo de proyecto</i>
2020	Universidad Católica del Oriente	Diseño de un prototipo de app para incentivar y promocionar la oferta turística del Municipio de Guatapé	Andrés Felipe Arango Federico Marulanda Castaño	Tesis de grado
<i>Análisis</i>	<p>Este trabajo realiza un estudio desde la percepción de los dueños de los establecimientos comerciales ubicados en Guatapé, donde les enseñan la aplicación móvil, sus funciones, lo puede llegar hacer su interfaz y todas aquellas herramientas que ayudará a que sus negocios crezcan y a que el visitante conozca más sobre entre lugar y sus atracciones turísticas.</p> <p>Todos ellos consideran que la app sea creada, porque sería un medio publicitario a la vanguardia y de vital importancia para atraer turistas que no se sientan ajenos al lugar, creando así una experiencia única que querrán repetir.</p>			
<i>Aporte para el proyecto</i>	<p>El proyecto me lleva al estudio a cuál sería el prototipo de app que deseo realizar, partiendo desde la creación de iconografía en general y del logo que posicionará la app.</p>			

Un apartado muy importante que mencionan es “envíe sus comentarios”, donde el turista podrá mostrar o enviar mensajes sobre su experiencia durante su estadía (fotos, vídeo, mensaje escrito) creando así confianza en los futuros usuarios.

Tabla 4. *Publicación Nacional - ¿Cuál es el proceso de diseño y desarrollo de apps?*

<i>Año</i>	<i>Universidad</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>	<i>Tipo de proyecto</i>
2018	KUBO	¿Cuál es el proceso de diseño y desarrollo de aplicaciones móviles, apps?	Kubocowp	publicación
<i>Análisis</i>		En artículo publicado en la página de Kubo, inicia definiendo aplicación móvil, aclarando diferencias entre desarrollo de apps y web móviles, pasando por el proceso de diseño. Conceptualización, desarrollo y publicación, hasta explicando los tipos de aplicaciones móviles dependiendo el desarrollo planeado desde su definición de usuarios y funcionalidad.		
<i>Aporte para el proyecto</i>		Esta publicación me lleva a conocer y esclarecer los procesos que debo llevar durante el diseño y desarrollo del prototipo de app que planeo realizar, desde la ideación, investigación y formalización de la idea; pasando por definición de los usuarios funcionalidad la cual definirá el importancia y la dificultad del diseño; en esta espacio del diseño permite aterrizar el concepto de la idea, creando los		

wireframes, es decir, el primer esquema visual que posteriormente será evaluado por los usuarios y que al final nos llevará aun diseño visual final del producto.

Tabla 5. *Proyecto Local - WUDO. Herramienta para la asistencia y contratación de servicios de hogar utilizando plataformas móviles.*

<i>Año</i>	<i>Universidad</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>	<i>Tipo de proyecto</i>
2018	Universidad de San Buenaventura Colombia	WUDO, herramienta para la asistencia y contratación de servicios de hogar utilizando plataformas móviles	Andrés Ramiro Manzano Ramírez, Andrés Felipe Satizabal Cabezas,	Trabajo de grado
<i>Análisis</i>	<p>El trabajo de grado muestra como las plataformas digitales como pueden ser un puente para la activación de la economía colaborativa, una economía que se visualiza la inclusión, es decir, es un medio por el cual se conecta la persona que solicita el servicio, como la que lo ofrece.</p> <p>El proyecto siempre esta enfocado en los usuarios, dado que piensan realizar dos plataformas teniendo en cuenta las necesidades de cada usuario para que pueda gestionar su perfil y diferenciar si solicitará o prestara un servicio.</p>			
<i>Aporte para el proyecto</i>	<p>El proceso de investigación de este trabajo aplica conceptos apropiados para mi prototipo de app, porque analizan los avances de la tecnología, como la usabilidad y funciones integradas en otras plataformas, como Google maps, para que los usuarios se puedan ubicar con mayor facilidad.</p>			

Destaco todo el proceso visual que llevaron a cabo desde el diseño del logo, merchandising, hasta evaluar las primeras funciones de la aplicación entre los posibles usuarios.

Tabla 6. *Proyecto Local* - Diseño de una aplicación móvil de bioseguridad aplicada a la Cosmetología - Biobeauty app

<i>Año</i>	<i>Universidad</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>	<i>Tipo de proyecto</i>
2020	Universidad Santiago de Cali	Diseño de una aplicación móvil de bioseguridad aplicada a la cosmetología – Biobeauty app	Ángela Cristina Casañas Romero, Kelly Melisa Valencia Narvaéz	Trabajo de grado
<i>Análisis</i>	El trabajo se desarrolla el proceso en el diseño, estructuración e implementación de una app de bioseguridad enfocada a la cosmetología, prestación de servicios de estética facial y corporal, también informaría sobre seguridad y salud en el trabajo, previniendo así accidentes y enfermedades laborales.			
<i>Aporte para el proyecto</i>	<p>En una parte del proyecto habla sobre “tipos de app según los objetivos a conseguir” entre ellos me causa interés los siguientes:</p> <p>Fidelización de usuario: busca que la app se establezca un canal de comunicación continuo y personalizado entre la marca y el usuario, logrando de esta forma que las personas aumenten el valor de la misma.</p>			

App como gestión: se destacan en sus herramientas de gestión, realizando seguimiento en los procesos de trabajo, control de calidad, promoviendo de tal forma la eficiencia y la rentabilidad del servicio contratado por el cliente.

App como canal de venta (movible commerce): a través de esta plataforma se da espacio para crear nuevos hábitos de compra, ofreciendo productos o servicios, obteniendo nuevos clientes.

Los proyectos que se exponen, hicieron parte de la fase de trabajo de creativo, en ellos sus principales procesos lo iniciaron desde la conceptualización de idea, los esquemas estructurados de los prototipos de apps y algunos de ellos lo evalúan con los usuarios; este último les permite a corregir posibles errores, mejorando la calidad de visual de la estructura final de lo que será las aplicaciones.

3. Método

3.1 Paradigma investigativo

Este proyecto fue desarrollado por medio de la modalidad institucional investigación creación y desde una metodología proyectual llamada Double Diamond (doble diamante). La cual es una metodología de diseño e innovación, que pueden seguir tanto diseñadores como no diseñadores para encontrar soluciones a problemas complejos que respondan a las necesidades de las personas. este se basa en un proceso el cual se especializa en 4 etapas las cuales son: Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar, empezaremos explicando, definiendo cada una de las etapas, como se llevará a cabo.

Figura 4. *Modelo del doble diamante*



Fuente: Tomado de

https://jvmanjonblog.files.wordpress.com/2021/05/double_diamond.png?w=1024

3.2 Modelo

Este proyecto de diseño siguió el método creativo del doble diamante en el cual convergen aspectos como turismo, narrativa transmedia, diseño centrado en el usuario, patrimonio cultural, memoria e investigación; vistos durante la carrera, son aspectos clave en la labor del diseño visual.

3.2.1. Descubrir:

Aquí iniciamos el proyecto en la etapa de descubrir, ya detectado y contextualizado el problema en el que nos vamos a enfocar mediante una recopilación de información, ideas, referentes los cuales nos permiten identificar nuestro público objetivo, nuestro problema y con ello unos objetivos los cuales nos ayudarían más adelante a solucionar con un producto el problema ya

identificado, en este caso por medio del diseño, con un prototipo de una propuesta transmedia, que se basa en una app de turismo. Inicialmente en el proyecto dimos paso a una investigación definiendo aspectos importantes como los antecedentes, el estado del arte y los referentes conceptuales en torno al proyecto. Gracias a esto fue posible identificar la ausencia de este tipo de aplicaciones para los turistas que visitan la ciudad de Cali.

En esta fase, trabajaremos con herramientas como encuestas.

3.2.2. Definir:

Es probable que la primera fase resulte en un gran volumen de información. Hay que gestionarla y organizarla adecuadamente para poder aplicarla de manera efectiva. En esta etapa nos encargamos de un análisis donde se ordenaron y seleccionaron las ideas que se llevarían a cabo, analizando el problema que consiste en que no hay una aplicación o página especializada que cumpla la función de articular los puntos turísticos de la ciudad y sectores aledaños, mediante la definición de la app (prototipo) el esquema de la página (wireframe), la iconografía, los colores, el contenido de marca, textuales y gráficos, y como este puede contribuir de una manera efectiva en el problema a resolver.

Herramientas como la Observación es fundamental en esta etapa.

3.2.3. Desarrollar:

Este es el momento en el que comienza el trabajo de diseño de múltiples soluciones al problema que hemos definido en las dos fases anteriores.

En esta etapa se desarrollara una idea de prototipo de aplicación y de cómo este resulta novedoso para las personas que visitan a la ciudad y llegan a San Antonio, lo cual podría resultar atractivo e innovador por su carácter visual y tecnológico entorno a los productos transmedia

existentes alrededor del tema, por lo cual la mayoría apuesta que podría funcionar como recurso de ayuda al público objetivo, con el propósito de facilitar la promoción del turismo en el barrio San Antonio, aportando así una mejor identificación de lugares y espacios donde los usuarios puedan disfrutar de la mejor manera haciendo uso de las TICS, que actualmente hace parte de nuestras actividades diarias.

Este material que le puede servir a los comerciantes del sector para atraer a los visitantes. El Prototipo de la app sería la herramienta con la que podríamos trabajar en esta etapa.

Herramientas como la sesión creativa es fundamental en esta etapa.

3.2.4. Entregar:

Durante este paso, se realizará el prototipo de la app tomando en cuenta todos los aspectos tomados anteriormente, que cumpla con el objetivo propuesto inicialmente que es diseñar una aplicación que pueda posicionar el turismo, aportando al crecimiento cultural de la comuna 3 de la ciudad de Cali.

En esta etapa se reducen las soluciones planteadas a una, basándonos en una encuesta de satisfacción con los futuros usuarios que validen la usabilidad, funcionalidad y desempeño de la aplicación, lo que permitirá corregir posibles errores y realiza las mejoras requeridas siendo la opción que mejor resuelve el problema planteado.

3.3 Método

Cronograma por fases

El primer cronograma hace énfasis a la creación y planteamiento del documento; y el segundo al diseño del prototipo de la app y preparación final de la tesis.

Tabla 7. Cronograma de Formulación y planteamiento del documento de grado.

FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL DOCUMENTO DE GRADO

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>SEMANAS FEB/MAR</i>								
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
<i>Planteamiento de ideas para la realización del proyecto.</i>	X								
<i>Diseño del documento.</i>		X							
<i>Investigación y análisis de los temas tratados.</i>			X						
<i>Escritura y redacción del documento.</i>			X						
<i>Hallazgo de referentes como artículos y proyectos de grado.</i>				X					
<i>Revisión y corrección del documento (autor).</i>					X				
<i>Encuesta sobre los factores que impiden al turista visitar a Cali</i>						X			
<i>Recopilación de contenido de marca, textual y gráfico.</i>						X			
<i>Cuestionario para (formato narración transmedia).</i>							X		
<i>Organización estructura visual de la app (wireframes).</i>							X		
<i>Ejecución del método de diseño (producto).</i>								X	
<i>Entrega del documento final.</i>									X

Fuente: Construcción Propia

Tabla 8. Cronograma de ejecución y diseño de prototipo de app

EJECUCIÓN Y DISEÑO DE PROTOTIPO DE APP

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>SEMANAS ABR/MAY</i>								
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
<i>Investigación de contenidos de marca, textuales y gráficos.</i>	X								
<i>Realización de logo e iconografía.</i>		X							
<i>Diseño del esquema visual de la app.</i>			X						
<i>Revisión del funcionamiento de la app</i>				X					
<i>Elaboración de diapositivas para sustentación.</i>					X				
<i>Presentación del prototipo de app.</i>						X			
<i>Finalización del producto.</i>							X		
<i>Presentación diapositivas.</i>								X	
<i>Corrección documento final.</i>									X

Fuente: Construcción Propia

Tabla 9. *Formato presupuestal*

FORMATO PRESUPUESTAL

<i>DESCRIPCIÓN</i>	PRECIO / VALOR
<i>Aplicación Android + iOS</i>	\$10'000.000 COP Aprox.
<i>Interfaz sencilla</i>	\$4'000.000 COP Aprox.
<i>Compras dentro de la app</i>	\$4'000.000 COP Aprox.
<i>Login: redes sociales y email</i>	\$4'000.000 COP Aprox.
<i>App integrada a un sitio web</i>	\$4'000.000 COP Aprox.
<i>Usuarios con sus propios perfiles</i>	\$4'000.000 COP Aprox.
<i>Panel de administración</i>	\$4'000.000 COP Aprox.
<i>Idioma: bilingue</i>	\$2'000.000 COP Aprox.
TOTAL	\$36'000.000

Fuente: Construcción Propia

3.4 Instrumentos de recolección de información

3.4.1 Objetivo específico 1: Identificar los factores que impiden al turista conocer sobre la ciudad de Cali.

3.4.1.1 Encuesta

Se caracteriza por la recopilación de datos como testimonios verdaderos, inquietudes que tengan de manera escrita o hablada, con el propósito de indagar los casos que se están dando sin dejar atrás que los resultados van hacer de mucha importancia.

Las preguntas planteadas deben ser precisas, claras y concisas para cuando se interprete en un cuadro los análisis sean favorables y que el encuestador tenga esa facilidad de poder representar los resultados obtenidos de la encuesta.

3.4.1.1.1 Preguntas de cuestionario

Estimados, esta encuesta tiene como único objetivo de indagar como una app puede facilitar a la promoción del turismo en la ciudad de Cali, como parte de un proyecto de investigación.

1. ¿En que lugar resides actualmente?

Colombia / En el exterior

2. ¿Qué factores cree que te impiden como turista conocer la ciudad de Cali?

Económico / Tiempo / Distancia / Clima / Gastronomía/ Violencia e inseguridad

3. ¿Considera un riesgo para su integridad visitar la ciudad de Cali?

Si / No

4. ¿Ha visto usted publicidad relacionada con el turismo en Cali, en los últimos 6 meses?

Si / No

5. ¿Por qué medio?

Radio / Televisión / Internet / Redes sociales / Aplicaciones móviles / Impresos / Vallas publicitarias

6. ¿Utiliza con frecuencia app móviles para planear sus viajes?

Si /No

7. Estaría dispuesto a descargar una app para acceder a la información de sitios turísticos de la ciudad de Cali?

Si / No

3.4.3 Objetivo específico 3: Diseñar una aplicación que permita mostrar los sitios turísticos que hay en la comuna 3 de la ciudad de Cali.

3.4.3.1 Sesión creativa

Utilizarla como parte de cualquier proceso de ideación o resolución de problemas, siempre y cuando se quiera crear ideas nuevas sobre un tema que no sea demasiado complejo.

3.4.3.1.1 Modelo de Ficha de propuesta narrativa

El diligenciamiento del formato por parte de la investigadora, ya que la información que se pretende conocer una información más detallada y amplia del prototipo de la App Turística a proponer.

FICHA DE LA PROPUESTA CREATIVA	
“DESARROLLO DE PROYECTO DE NARRACIÓN <i>TRANSMEDIA</i>”	
Nombre de proponentes	
Título del proyecto	
Audiencia objetivo ¿A quién está dirigido el contenido?	
Objetivo del proyecto	
Tema del contenido	
Plataformas elegidas para desarrollar el proyecto transmedia	
Idea central del contenido	
Sinopsis	
Planteamiento de la propuesta narrativa	
Propuesta estética	

¿Cómo se beneficia la audiencia escogida con este contenido?
Estado de la investigación actual
Temática:
Referencias:
Producción:
Público objetivo:
Plan de indagación con la audiencia seleccionada

Fuente: *Cortesía Mónica Peláez*

4. Resultados

En el presente trabajo se va presentar el análisis de cada pregunta y determinar los tipos de técnicas y métodos de evaluación, hacer presente la investigación con las encuestas.

Es bueno decir que las personas encuestadas aprueban su participación como una forma efectiva para facilitan el progreso de dicho trabajo. De tal manera que se obtuvo una nutrida información positiva por de los turistas, de tal forma que los encuestados expresaron sus opiniones respecto al turismo en la ciudad de Cali.

4.1 Modelo de diseño aplicado

La creación y diseño de una app de turismo para la ciudad de Cali, se divide en 4 etapas, basadas en la metodología de creación doble diamante, como se dijo anteriormente, las cuales se irán desarrollando a continuación:

4.1.1 Descubrir:

Como su nombre lo indica, permite descubrir en lugar de asumir el problema, como tal, corresponde a la recolección de datos para entender la problemática.

Con el fin de plantear el contenido del proyecto y a partir de lo aprendido anteriormente se busca entender de una manera directa la opinión de los turistas por medio de la encuesta, con el propósito de identificar los factores que impiden al turista conocer sobre la ciudad de Cali. (*Ver Apéndice A*).

4.1.1.1 Análisis de la encuesta

Tabla 10. *Análisis de la encuesta*

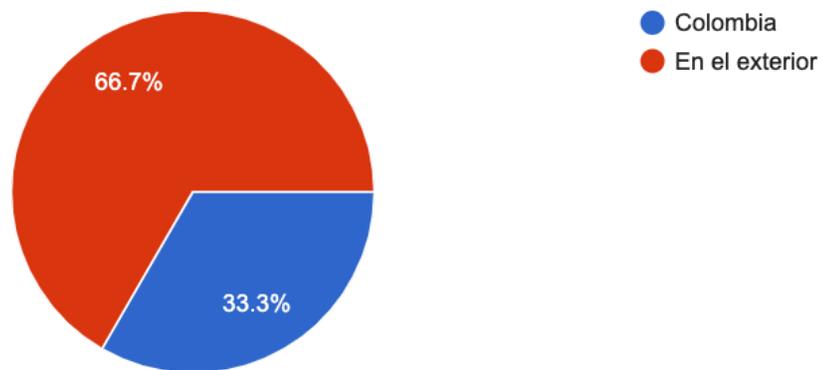
<i>FICHA TECNICA ENCUESTA</i>	
<i>DISEÑO MUESTRAL</i>	Descriptivo, Exploratorio y observacional transversal.
<i>POBLACION OBJETIVO</i>	Hombres y mujeres
<i>TECNICA</i>	Encuesta
<i>TAMAÑO DE MUESTRA</i>	60 personas.
<i>MOMENTO ESTADISTICO</i>	14 al 21 de marzo 2022
<i>FINANCIACION</i>	Medios propios

Fuente: Construcción Propia

Figura 5. Pregunta 1

¿En que lugar resides actualmente?

60 respuestas

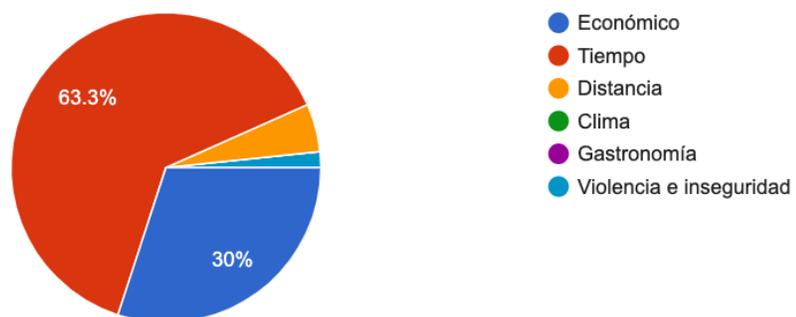


Análisis: Al efectuar la encuesta, de las 60 personas el 66,7% viven por fuera del país, que equivalen a 40 personas, y un 33,3% son colombianos, eso equivale a 20 encuestados.

Figura 6. Pregunta 2

¿Qué factores cree que te impiden como turista conocer la ciudad de Cali?

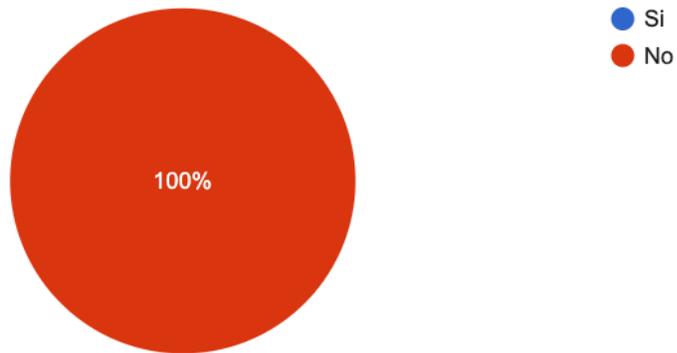
60 respuestas



Análisis: de las personas encuestadas el 63.3% equivalen a 38 personas manifiestan que el factor tiempo es el que impide visitar la ciudad de Cali, seguido del 30% que equivalen a 18 personas responden que es el facto economico, continua el 5%, es decir 3 personas declaran que es la distancia y solo 1,7% equivale a 1 persona confirma que es la violencia e inseguridad.

Figura 7. Pregunta 3

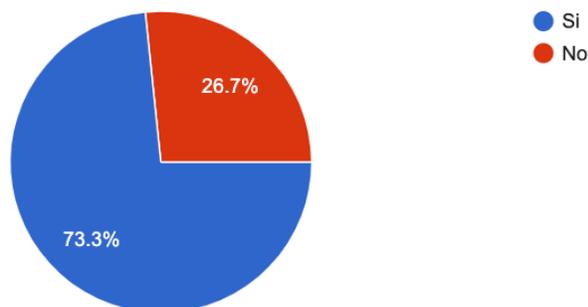
¿Considera un riesgo para su integridad visitar la ciudad de Cali?
60 respuestas



Análisis: la respuesta a la pregunta anterior nos permite confirmar que el 100%, es decir las 60 personas no consideran un riesgo visitar la ciudad de Cali.

Figura 8. Pregunta 4

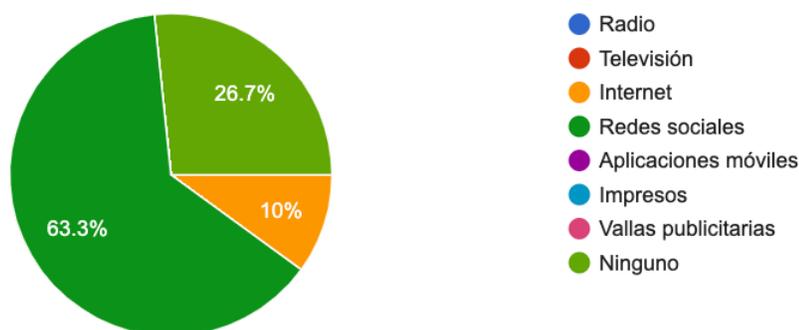
¿Ha visto usted publicidad relacionada con el turismo en Cali en los últimos 6 meses?
60 respuestas



Análisis: de las 60 personas encuestadas el 73,3% si han visto publicidad relacionada con el turismo en Cali y solo el 26,7% manifiestan que no la han visualizado.

Figura 9. Pregunta 5

¿Por qué medio?
60 respuestas

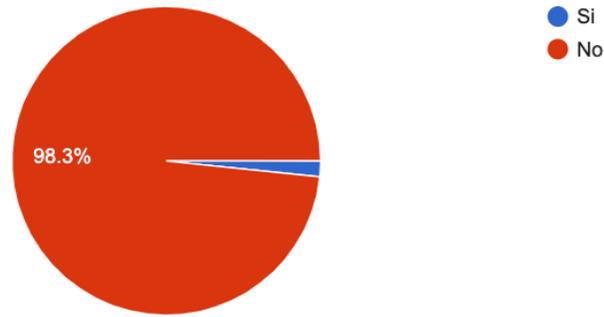


Análisis: según la gráfica el 63,3% equivalente a 38 personas responden que el medio donde se visualiza más publicidad sobre la ciudad de Cali son las redes sociales, continuo el 26,7% que equivalen a 16 personas dicen que ninguno y el 10% equivalente a 6 personas han visto publicidad de la ciudad de Cali por internet.

Figura 10. Pregunta 6

¿Utiliza con frecuencia app móviles para planear sus viajes?

60 respuestas

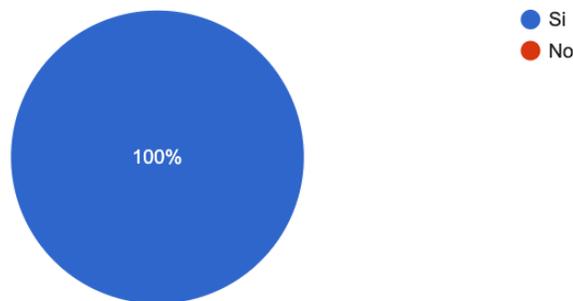


Análisis: la anterior pregunta nos permite conocer si utilizan con frecuencias aplicaciones móviles para planear sus viajes y 59 de las personas responden que no.

Figura 11. Pregunta 7

¿Estaría dispuesto a descargar una app para acceder a la información de sitios turísticos de la ciudad de Cali?

60 respuestas

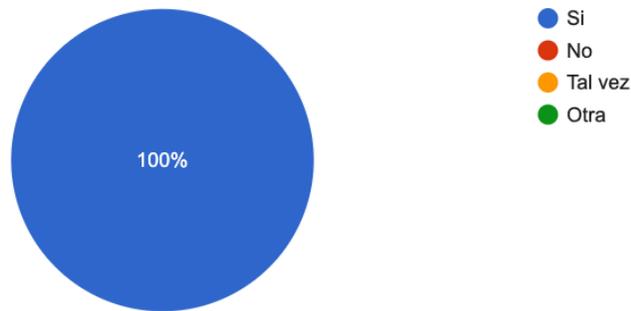


Análisis: de acuerdo a la gráfica se puede evidenciar que el 100% de los encuestados estarían dispuestos a descargar una app para acceder a información de sitios turísticos de la ciudad de Cali, afirmando así la importancia de la tecnología en nuestras actividades diarias.

Figura 12. *Pregunta 8*

¿Cree que a través de una app se pueda ayudar a los turistas que visitan la ciudad de Cali?

60 respuestas



Análisis: en el último interrogante las 60 personas encuestadas confirman que una app sería de gran ayuda a los turistas que visitan la ciudad de Cali.

4.1.2 Definir:

Según lo entendido en la primera fase, se generan los análisis para así establecer las variables del problema.

Para empezar a generar los contenidos de marca, textuales y gráficos necesarios para el diseño de la aplicación se hace la observación del contexto de la comuna 3 de la ciudad de Cali y se apoya con lista de verificación.

Tabla 11. Lista de verificación

Categoría	Cant	Espacios	Componentes de marca			Componentes de textuales		Componentes gráficos	
			Logo	tipografía	Color	Títulos	Cuerpo de texto	Iconos	Imágenes
<i>Gastronomía</i>	5	Italiana	X	X	X	X	X		X
	8	Pizzería	X	X	X	X	X		X
	15	Comidas Rápidas	X	X	X	X	X		X
<i>Hospedaje</i>	8	Posadas	X	X	X	X	X	X	X
	12	Hostales	X	X	X	X	X	X	X
	5	Hoteles	X	X	X	X	X	X	X
<i>Actividades</i>	2	Cuenteros	X	X	X	X	X		X
<i>Culturales</i>	2	Folklore	X	X	X	X	X		X
	1	Exposiciones	X	X	X	X	X		X
	1	Obras	X	X	X	X	X		X
<i>Patrimonio</i>	1	Museos	X	X	X	X	X		X
	3	Teatros	X	X	X	X	X		X
	1	Iglesias	X	X	X	X	X	X	X
	5	Centros culturales	X	X	X	X	X		X
<i>Artesanías</i>	6	Artesanos ambulantes	X	X	X	X	X		X
	10	Tiendas de artesanía	X	X	X	X	X		X

El registro fotográfico (Ver apéndice B)

4.1.3 Desarrollar:

Esta etapa en la que se empiezan a proponer soluciones y a desarrollarlas, buscando inspiración en el trabajo de otras personas y/o co-diseñando con una diversidad de personas.

En esta parte se busca diseñar una aplicación que permita mostrar los sitios turísticos que hay en la comuna 3 de la ciudad de Cali con la elaboración de una Ficha de la propuesta creativa, donde se define de una manera concisa el prototipo, se indaga la idea central del contenido, el planteamiento de la propuesta estética, el beneficio de la audiencia, entre otros.

Tabla 12. *Ficha de Propuesta Creativa*

FICHA DE LA PROPUESTA CREATIVA	
“DESARROLLO DE PROYECTO DE NARRACIÓN <i>TRANSMEDIA</i>”	
Nombre de proponentes	
	Yulieth Campo Quintana
Título del proyecto	
	Desarrollo de de prototipo de aplicación móvil para incentivar el turismo en San Antonio de la ciudad de Cali
Audiencia objetivo ¿A quién está dirigido el contenido?	
	Turistas nacionales y extranjeros, que desean planear su viaje y conocer sobre la ciudad de Cali, este grupo etario está integrado por personas entre 22 y 50 años de edad; los turistas extranjeros disfrutan viajar, conocer nuevas culturas y acumular nuevas experiencias de vida; por otra parte, se encuentran los turistas propios, los que desean conocer más sobre la

<p>cultura caleña y compartir sus experiencias con su círculo cercano, permitiendo que nuevos visitantes viajen a la ciudad.</p>
<p>Objetivo del proyecto</p>
<p>Desarrollar un prototipo de app que guíe y acompañe al turista, tanto para planear su viaje con anticipación, como para organizar su itinerario y rutas durante su estadía en la ciudad de Cali, permitiéndole optimizar su tiempo para que disfrute más de su viaje.</p>
<p>Tema del contenido</p>
<p>App turística que permite conocer de todo el patrimonio cultural de San Antonio de la ciudad de Cali.</p>
<p>Plataformas elegidas para desarrollar el proyecto transmedia</p>
<p>Apps: las aplicaciones móviles cada día son más utilizadas y por este motivo varias empresas la eligen para crear contenidos y poder interactuar de una forma más cómoda y factible.</p>
<p>Idea central del contenido</p>
<p>La idea gira entorno a promocionar los diferentes sitios turísticos que se ubican en San Antonio, dando a conocer de nuestra diversa gastronómica, cultura y patrimonio, permitiéndole a los turistas ampliar su perspectiva, generando confianza al conocer más sobre la historia de los caleños, transforman nuestro entorno en nuevas oportunidades de vida. Es en conclusión un punto de apoyo para los turistas a la hora de crear sus itinerarios, a la hora de planear sus recorridos y seleccionar que tipos de lugares y que clase de plan desean realizar cada día. De igual manera la optimización del tiempo y los recursos es un punto a tener en cuenta por todo tipo de turistas, por lo que esta información detallada será de enorme utilidad.</p>

Sinopsis

Este proyecto tiene como propósito aportar al turismo en el sector de San Antonio de la ciudad de Cali, conocido por su arquitectura colonial, gastronomía internacional, entre otros; por medio del prototipo de una aplicación que guíe y oriente a los turistas incorporando la parte transmedia.

Esta aplicación, pretende convertirse en una herramienta que muestre lugares para el disfrute de una estadía más agradable, dejando a la ciudad de Cali, como una ciudad vanguardista de la tecnología.

Lo anterior, se hará partiendo de un proceso de investigación cualitativa y cuantitativa, este estudio también aporta en la solución de una problemática que parte de que el turista no encuentra una guía apropiada para desplazarse dentro de ciertos sectores que desea visitar.

Todo acompañado de un diseño vanguardista que incorpore las nociones de agilidad, velocidad y eficiencia en todo su concepto. El manejo del tiempo y los recursos es la prioridad en los trayectos turísticos y en la configuración de itinerarios, por lo cual la aplicación debe percibirse como algo ágil que facilita, y que agiliza los procesos. Como una compañía idónea que ofrece la exactitud y rigor informativo de un mapa de viajes, pero también la calidez y el talante amigable de un compañero de viaje.

Planteamiento de la propuesta narrativa

La propuesta se enmarca dentro del género de creaciones digitales y consiste en la creación y programación de una aplicación que sirva de apoyo al turista que visita la ciudad de Cali en la cual tendrá información detallada y actualizada de los sitios turísticos disponibles para visitar, con lo cual podrá elaborar un itinerario de visitas más eficiente en términos de tiempo y dinero.

Este proyecto integra en su concepción 100% las herramientas TIC y aprovecha la tendencia actual de las personas a apoyarse continuamente en sus dispositivos para todos los procesos de la cotidianidad. En el caso del turismo, la herramienta que se propone aporta eficiencia y mejoras en los métodos de consulta acerca de los sitios de interés de la ciudad. El objetivo de la propuesta sería que el usuario pueda encontrar en la aplicación información actualizada de la ciudad, inicialmente en la zona oeste que abarca el barrio San Antonio y zonas aledañas, agrupando sitios de interés de acuerdo a sus diferentes categorías, gastronomía, entretenimiento, arte, vida nocturna, infantil, etc.

Propuesta estética

Contenidos de marca:

Es un isologo toma como icono principal el icono de localización, en donde la C y una parte del icono insinúa un horizonte de un típico atardecer caleño, en la parte superior del icono de ubicación se destaca la colina y la capilla de San Antonio.

¿Cómo se beneficia la audiencia escogida con este contenido?

Inicialmente el proyecto busca que el usuario perciba en la plataforma una potente herramienta de información a su servicio, que, de acuerdo a la estética elaborada, el usuario se conecte con la aplicación de una manera fluida e interactúe con una interfaz amigable. Que se convierta en una experiencia agradable que aportará a su recorrido turístico dinamismo y agilidad. Por otra parte, ya en el campo más de la emoción, se busca la proyección de la ciudad y sus lugares amables, que logran impactar al turista positivamente y que se lleve una gran cantidad de impresiones amables de la ciudad. De alguna manera este será un aporte al nivel de fortalecimiento del aparato turístico de la ciudad. Finalmente será probable que el turista se

<p>enamore de la ciudad de Cali, tanto como sus mismos habitantes, que se contagie de su alegría, se deleite de su variada gastronomía, disfrute de su arquitectura, de su patrimonio y su diversidad social y cultural.</p>
<p>Temática: prototipo de app turística</p>
<p>Referencias: Proyecto de tesis - Diseño de un prototipo de app para incentivar y promocionar la oferta turística del Municipio de Guatapé</p>
<p>Producción: Diseño de marca, elección de tipografía, paleta de colores, propuesta gráfica e iconográfica y planteamiento del concepto de la idea, creando los wireframes.</p>
<p>Público objetivo: Turista nacionales y extranjeros, entre 22 y 50 años de edad.</p>
<p>Plan de indagación con la audiencia seleccionada</p>
<p>La herramienta implementada es la encuesta, realizada a 60 personas, de las cuales 40 son extranjeros y 20 son colombianos, la población objetivo son hombres y mujeres, la encuesta se realizó el 14 al 21 de marzo de 2021, por medios propios.</p>

Fuente: *Cortesía Mónica Peláez*

4.1.4 Entregar:

En esta etapa se toman las mejores ideas y descartan las que no son acertadas y se concreta un resultado. (Design Council, 2020)

- **Nombre de app:** *Cali Touring*
- **Objetivo:**

Diseñar una aplicación que pueda posicionar el turismo, aportando al crecimiento cultural de la comuna 3 de la ciudad de Cali.

● **Logotipo:**

Dentro de esta propuesta se emplea el isologo que es la unificación de la imagen o símbolo con la tipografía, creando un solo elemento. (logo b/n)

Figura 13. *Isologo*



● **Iconografía:**

Ilustración en vectores inspirada en el entorno del barrio San Antonio de la ciudad de Cali.

Figura 14. *Iconos*



● **Tipografía:**

Se propone utilizar la tipografía Nexa (bold) para el logo esto por su estilo sin serifas y le da fuerza al nombre ya que esta clase de tipografía facilita la legibilidad del texto. Se propone utilizar la tipografía Myriad Pro (regular) para los textos.

Figura 15. *Tipografía Logo*

Nexa Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Figura 16. *Tipografía secundaria*

Myriad Pro Regular

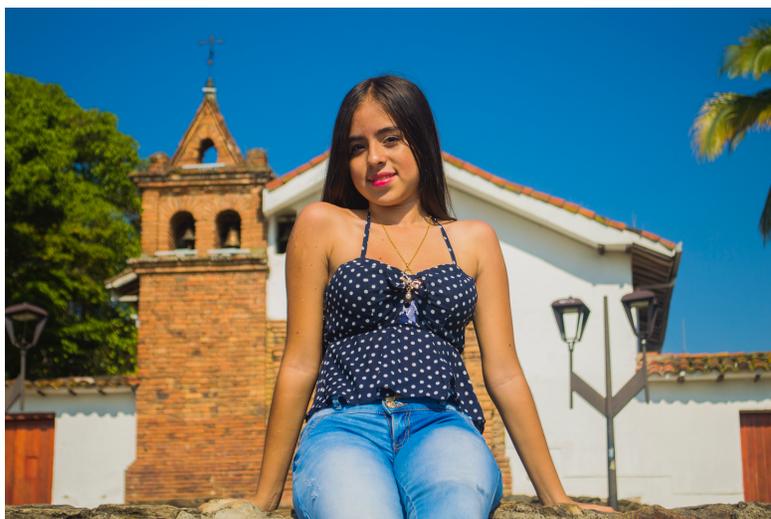
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

● **Paleta de color:**

Figura 17. *San Antonio septiembre 2020 (autoría)*



Los colores juegan un papel importante a la hora de comunicar, pues generan reacciones y dependiendo de su tonalidad influyen en la impresión que nos produce observar un espacio, persona o cosa.

- **Colores fríos**

Se utilizarán para evocar esa sensación de frescura de aquella brisa se siente en San Antonio y por su azul brillante que luce su cielo matutino.

- **Colores cálidos**

Representarán la calidez del día y sus atardeceres, por la alegría de su gente, por la variedad de colores que se pueden apreciar en las fachas de sus casas que están llenas de memoria y diversidad cultural.

Figura 18. *Paleta de colores*



● **Proceso de Bocetación:**

Figura 19. *Bocetos isologo*



Figura 20. Interfaces por cada apartado de la app



- **Prototipo de app:**

Figura 21. Logo App Cali Touring:

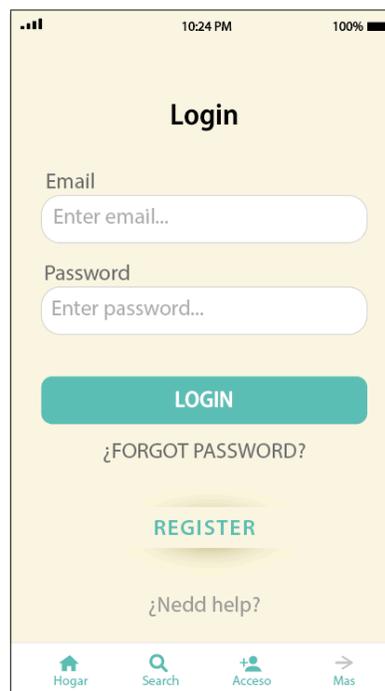


Figura 22. Pantalla de lanzamiento Cali Touring:



- Luego, ingresa al “home o pantalla de inicio”.

Figura 23. Home o pantalla de inicio



El menú de navegación se encontrarán 6 botones:

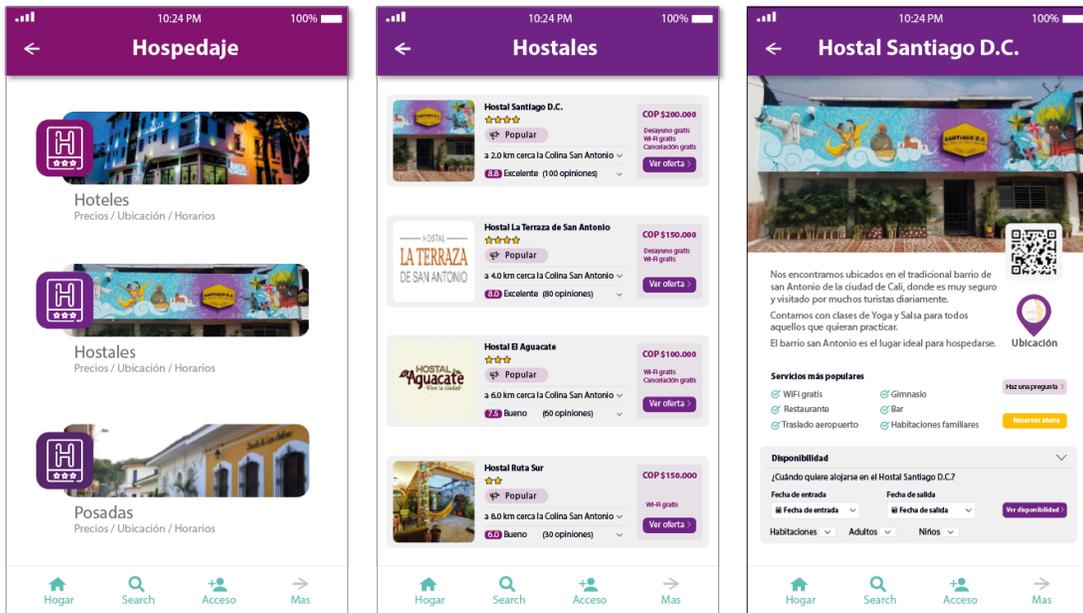
- **Home:** el cual siempre regresará al inicio de la App
- **Hospedaje:** divididos en hoteles, hostales y posadas; en cada uno información detallada.
- **Gastronomía:** información de restaurantes divididos por establecimientos temáticos.
- **Cultura:** programación de actividades como: cuenteros, folklore y exposiciones.
- **Patrimonio:** encontrarán museos, teatros, centros culturales y lugares arquitectónicos.
- **Artesanías:** productos artesanos, tanto fijos como ambulantes.

Figura 24. Botones del menú



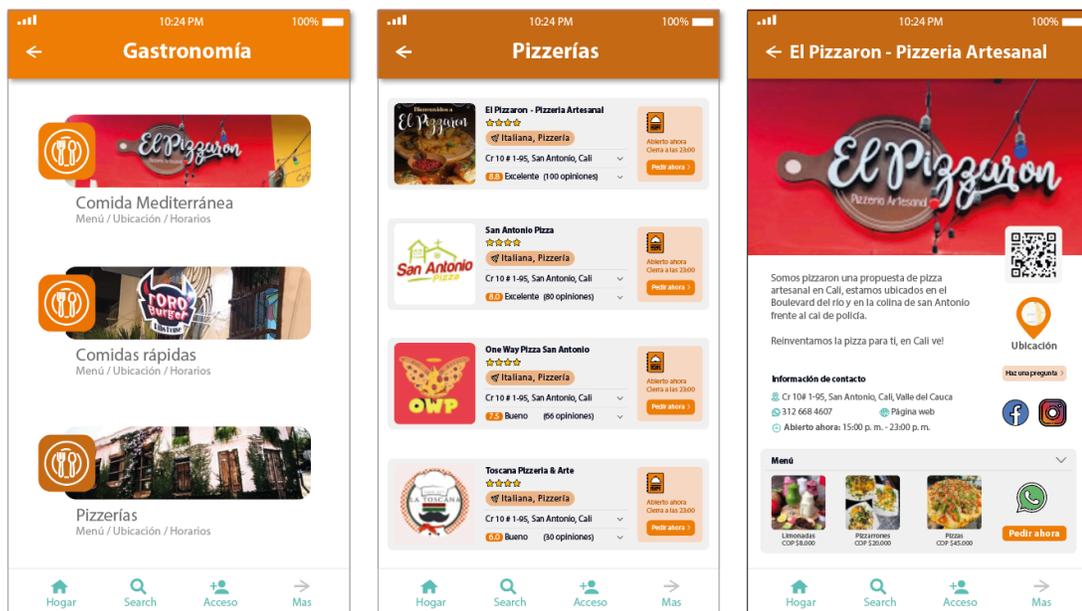
- Si la persona ingresa al apartado Hospedaje, ubicado en la barra menú, este lo llevará a los hoteles, hostales y posadas disponibles en San Antonio, en el momento que el usuario seleccione un lugar de estadía, le abrirá otra interfaz con la información del lugar como: ubicación, foto de la fachada y las diferentes habitaciones con sus precios.

Figura 25. Menú Hospedaje



- Si la persona ingresa al apartado Gastronomía, ubicado en la barra menú, este lo llevará a los restaurantes disponibles en San Antonio, en el momento que el usuario seleccione un restaurante, le abrirá otra interfaz con la información del lugar como: menú, ubicación, horario.

Figura 26. Menú Gastronomía



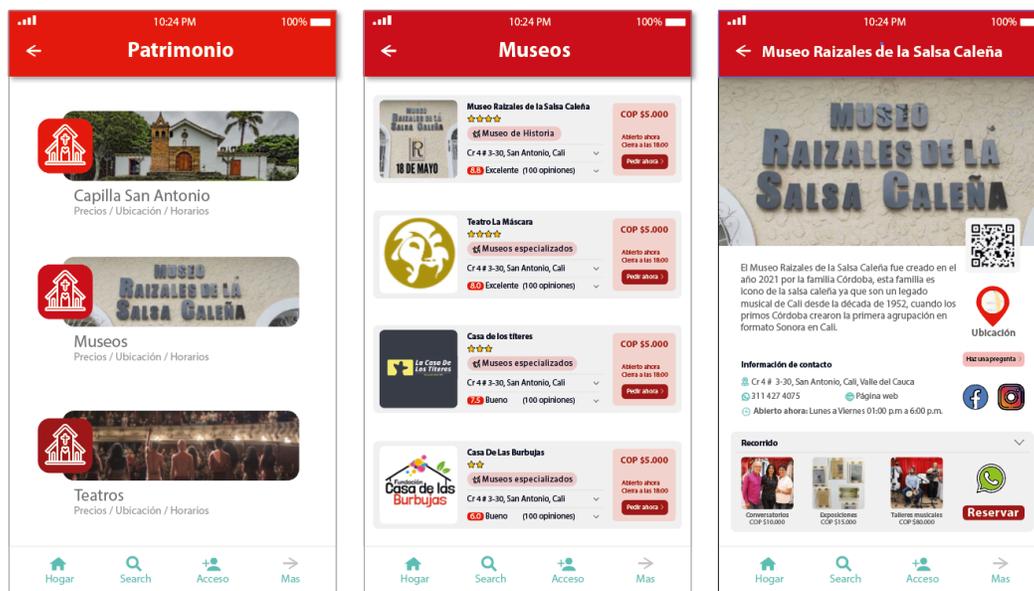
- Si la persona ingresa al apartado Cultura ubicado en la barra menú, este lo llevará a las diferentes actividades culturales programadas en San Antonio, en el momento que el usuario seleccione una actividad cultural como: cuenteros, folklore y exposiciones, le abrirá otra interfaz con la información de la actividad; hora, fecha, lugar y precio.

Figura 27. Menú Cultura



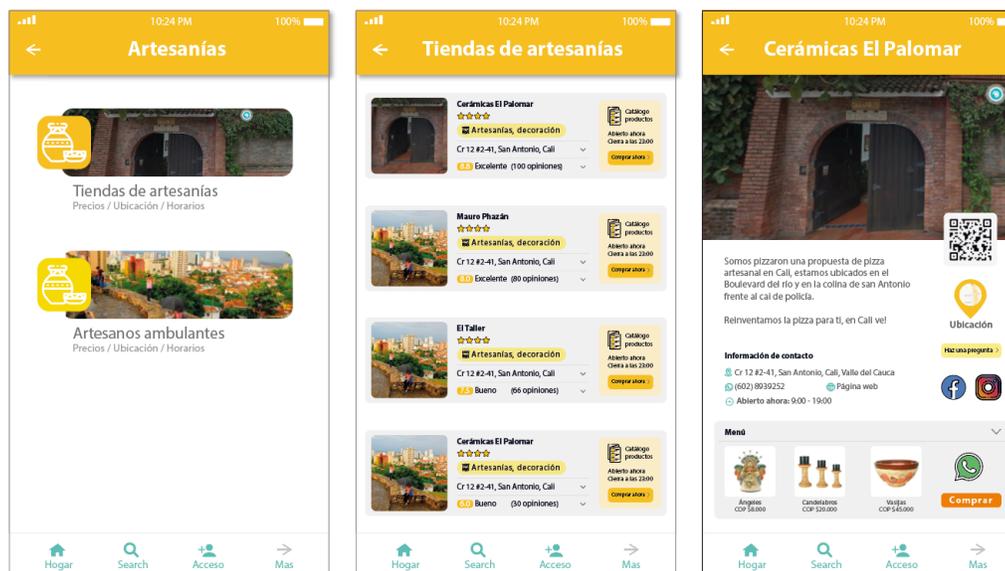
- Si la persona ingresa al apartado Patrimonio ubicado en la barra menú, este lo llevará a encontrar museos, teatros, centros culturales y lugares arquitectónicos más visitados en San Antonio, en el momento que el usuario seleccione un lugar, le abrirá otra interfaz con la información del lugar como: historia, ubicación, horario de apertura, precio ingreso.

Figura 27. Menú Patrimonio



- Si la persona ingresa al apartado Artesanías, ubicado en la barra menú, este lo llevará a los almacenes fijos como a los artesanos ambulantes en San Antonio, en el momento que el usuario seleccione uno, le abrirá otra interfaz con la información del lugar como: foto de la fachada, ubicación, precios y horarios.

Figura 29. Menú Artesanías



Cuando ingresa a algún apartado del menú de navegación como: Hospedaje, Gastronomía, Cultura, Patrimonio, Artesanía, en la parte de arriba puede visualizar una barra auxiliar que está compuesta por 3 botones:

Figura 30. Barra auxiliar

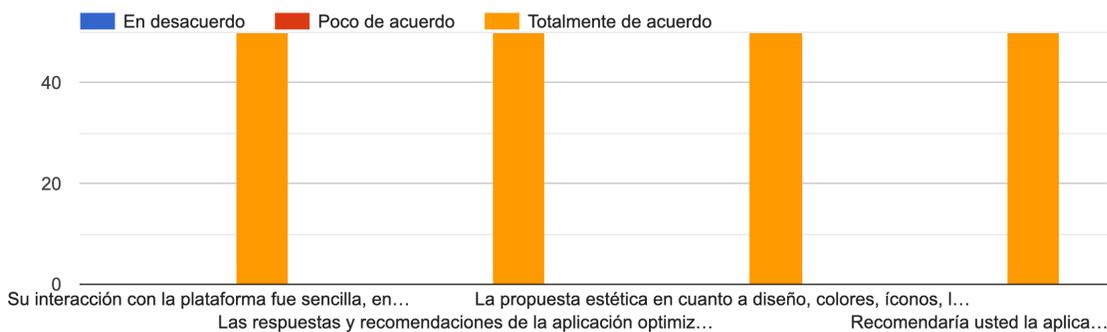


- Flecha de retorno: su función es para devolverse al apartado anterior
- Hogar: su función es para regresar al inicio.
- Search: Su función es buscar información específica.
- Acceso: su función es ingresar a su perfil.
- Flecha de regreso: su función es regresar a su ultima visualización de pantalla.

Encuesta de satisfacción *(Ver apéndice C)*

Figura 31. Pregunta 1

Luego de leer las afirmaciones evalúe el trabajo señalado, según las opciones:



Análisis: la anterior encuesta de satisfacción nos permite evaluar la percepción de los usuarios al visualizar el manejo del prototipo de app Cali Touring con las siguientes afirmaciones:

1. Su interacción con la plataforma fue sencilla, en términos de fluidez de navegación?
2. Las respuestas y recomendaciones de la aplicación optimizaron su plan turístico?
3. La propuesta estética en cuanto a diseño, colores, íconos, le resultó agradable?
4. Recomendaría usted la aplicación a otro viajero?

50 de las personas encuestadas responden que están totalmente de acuerdo, en cada una de las preguntas.

Figura 32. *Observaciones*

Observaciones: si desea añadir algún comentario como retroalimentación o crítica constructiva, puede hacerlo en este espacio:

5 respuestas

- ójala se haga realidad
- Muy buena idea
- Me gustan las funciones
- Fácil de usar
- Muy intuitiva

Análisis: entre las observaciones, estas son algunas escritas por las personas encuestadas.

5. Conclusiones

El proyecto surge como una propuesta para brindar una solución desde el diseño a algún tipo de problema que esté presentándose en algún sector social. Por lo tanto, el enfoque se puso en el sector del turismo local, que a raíz de situaciones como la emergencia sanitaria, requiere de estrategias nuevas para lograr una reactivación y alcanzar altos niveles de eficiencia. De esta manera se desarrolló la *App Cali Touring* que tiene como objetivo principal, dinamizar los itinerarios de los turistas, integrando en sus rutinas turísticas los datos y recorridos ofrecidos por la App de una manera amena, confiable y de fácil interacción.

Esta apuesta por el desarrollo de una App resulta acorde a la marcada tendencia actual de confiar a los dispositivos tecnológicos hasta los aspectos más simples y cotidianos, por lo cual los usuarios consultan casi a diario información relacionada con el estado del tiempo, ubicación geográfica, rutas, comercios, etc. Así que aprovechando esta relación con la tecnología se busca integrar esta plataforma de información turística en el día a día del viajero, causando de la misma manera un impacto positivo en el flujo turístico de la zona, aportando positivamente a su activación y optimización.

Se puede concluir por lo tanto que desde el diseño es posible generar propuestas de impacto social que contribuyan a la mejoría de diversas situaciones. Es posible utilizar todas las herramientas técnicas, teóricas y estéticas que surgen desde las aulas del diseño gráfico, para generar propuestas de alcance social, poniendo al servicio de las mismas todo un andamiaje teórico – práctico y experimental.

Por otra parte, la vanguardia tecnológica, como en este caso es fundamental ya que permite desde el diseño integrar propuestas a las dinámicas sociales actuales, que requieren un permanente desarrollo y viven una constante evolución. Finalmente podemos concluir que el gremio del turismo, que es el que finalmente reflejará en sus números el verdadero impacto comercial de la propuesta, siempre tendrá algo que ganar cuando se actualiza y se ajusta desde adentro, adaptándose a las nuevas maneras de abordar el mundo y relacionarse entre las personas y entre las personas y su entorno.

Referencias

- Acervo Lima. (2022) *Los 7 mejores libros para el desarrollo de aplicaciones del Android* (es.acervolima.com) Obtenido de <https://es.acervolima.com/los-7-mejores-libros-para-el-desarrollo-de-aplicaciones-de-android/>
- Albarello, F. (2019). «3 - *Consumo audiovisual. De la multitarea al consumo transmedia*». En Ramírez Gelbes, Silvia, ed. *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ampersand. p. 68. ISBN 978-987-4161-24-6.
- Congreso de Colombia. (2009). *Ley 1341 de 2009*. Bogotá: República de Colombia. Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/ley_1341_2009.htm#6
- Congreso de Colombia. (2019). *Ley 1978 de 2019*. Bogotá: República de Colombia . Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/ley_1978_2019.htm#5
- Congreso de Colombia . (2020). *Ley No. 2068* . Bogotá : República de Colombia . Obtenido de https://colombiasigueadelante.mincit.gov.co/colombia_sigue_adelante/media/archivos/pdf/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020-turismo.pdf
- Diario de Occidente. (marzo 7 de 2021) *San Antonio, modelo de ecobarrio en América Latina (Cali)* (occidente.co) Obtenido de <https://occidente.co/secciones/medio-ambiente/san-antonio-modelo-de-ecobarrio-en-america-latina/>
- El País. (junio 28 de 2022) *Festival de macetas en Cali: detalles de una dulce programación (Cali)* (elpais.com.co) Obtenido de <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/festival-de-macetas-en-cali-detalles-de-una-dulce-programacion.html>

El tiempo. (13 de septiembre de 2013) 150 artistas y artesanos a la calle del arte en San Antonio (Cali) (eltiempo.com/) Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13062392>

Herrera Romero , J. (06 de Marzo de 2022). *Tunja dentro de las tres ciudades del país con mayor inflación en lo corrido del año.* (caracol.com.co) Obtenido de https://caracol.com.co/radio/2022/03/06/regional/1646545924_013299.html

Innovación UNAL. (noviembre de 2018) *Reconociendo el Ecobarrio San Antonio (Cali)* (innovacion.unal.edu.co) Obtenido de <http://innovacion.unal.edu.co/fileadmin/recursos/innovacion/IIcongreso/presentaciones/sa-las-comunidades/5/01-henao-martinez-reconociendo-ecobarrio-sanantonio.pdf>

Kubo, especialistas en desarrollo de apps. (2020). *¿Cuál es el proceso de diseño y desarrollo de apps?* (kubo.co) Obtenido de <https://kubo.co/2018/11/19/desarrollo-de-apps-moviles/>

Yeeply. *¿Cuánto cuesta desarrollar mi app?* Obtenido de <https://www.cuantocuestamiapp.co/>

Levy Bravo, G. (2019). «Ponencia de Gabriel Levy sobre Transmedia en Mediamorfosis Argentina.» (Ponencia Magistral - Archivo y evidencia en Video). Buenos Aires, Argentina.

Miao, L. L. (November 8-12). A specification based approach to testing polymorphic attributes. *Formal Methods and Software Engineering: Proceedings of the 6th International Conference on Formal Engineering Methods, ICFEM 2004.* Seattle, WA, USA,.

Ministerio de Tecnologías de La Información y Las Comunicaciones. (2019). *Circular 5 de 2019*. Bogotá : República de Colombia. Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/circular_mintic_0005_2019.htm

Ministerio de Tecnologías de La Información y Las Comunicaciones. (2022). *Circular 5 de 2022*. Bogotá : República de Colombia . Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/circular_mintic_0005_2022.htm

Noticiero 90 minutos. (septiembre 13 de 2012) *En el barrio San Antonio los caleños disfrutarán en “La Calle del Arte” (Cali)* (90minutos.co/) Obtenido de <https://90minutos.co/vida-moderna/cultura/en-el-barrio-san-antonio-los-calenos-disfrutaran-en-la-calle-del-arte/>

Orgullo de Cali. (enero 25 de 2022) *Monumento a la maceta, San Antonio (Cali)* (orgullodecali.com/) obtenido de <https://www.orgullodecali.com/monumento-a-la-maceta/>

Polanía, C. Olaya, F., Castañeda, G., Vargas, I., Calvache, O., y Abanto, W. (2020). Metodología de la Investigación Cuantitativa & cualitativa. Colombia, Institución Universitaria Antonio José Camacho. Recuperado de <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>

Presidencia de La República de Colombia. (2017). *Decreto 1412 de 2017*. Bogotá: República de Colombia . Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/decreto_1412_2017.htm

Sole, A. C. (2006). *Instrumentación Industrial*. Mexico: Alfaomega.

Unesco. (2022). *Patrimonio cultural*. (<https://es.unesco.org>) Obtenido de

<https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

Universidad Casa Grande. (agosto de 2009). *Desarrollo de una aplicación móvil de turismo para impulsar y recuperar la memoria cultural de la ciudad de Guayaquil*

(dspace.casagrande.edu.ec) Obtenido de

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1894>

Universidad Católica de Oriente. (2020). *Diseño de un prototipo de app para incentivar y promocionar la oferta turística del municipio de Guatapé*. ([uco.edu.co](https://repositorio.uco.edu.co)) Obtenido de

<https://repositorio.uco.edu.co/handle/20.500.13064/864>

Universidad Nacional del Centro del Perú. (2019). *Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística en la Provincia de Jauja-Junín*. ([uncp.edu.pe](https://repositorio.uncp.edu.pe)) Obtenido

de <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5433>

Universidad San Buenaventura. (2018). *WUDO. Herramienta para la asistencia y contratación de servicios de hogar utilizando plataformas móviles*. (bibliotecadigital.usb.edu.co)

Obtenido de [http:// WUDO_asistencia_moviles_Manzano_2018.pdf](http://WUDO_asistencia_moviles_Manzano_2018.pdf)

Universidad Santiago de Cali. (2020). *Diseño de una aplicación móvil de bioseguridad aplicada a la cosmetología – Biobeauty app* ([usb.edu.co](https://repositorio.usc.edu.co)) Obtenido de

<https://repositorio.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/5131/DISE%C3%91O%20D E%20UNA%20%20APLICACI%C3%93N.pdf>

Wigner, E. P. (2005). Theory of traveling wave optical laser . *Phys. Rev.*, 134, A635-A646.

Wikipedia. (22 de Marzo de 2022). *Barrio San Antonio (Cali)*. (<https://es.m.wikipedia.org>)

Obtenido de [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Barrio_San_Antonio_\(Cali\)](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Barrio_San_Antonio_(Cali))

Wikipedia . (11 de Mayo de 2022). *Turismo*. (es.wikipedia.org) Obtenido de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

Wikipedia. (27 de Enero de 2022). *Memoria colectiva*. (es.wikipedia.org) Obtenido de

https://es.wikipedia.org/wiki/Memoria_colectiva

Apéndices

Apéndice A. Encuesta turística - Cali

Para ver la encuesta ir al enlace: <https://forms.gle/W9tdQfT5dRx8Wx1k8>



Encuesta turística - Cali

El formulario Encuesta turística - Cali ya no acepta respuestas.

Si consideras que se trata de un error, intenta comunicarte con el propietario del formulario.

[Reanudar la recolección de respuestas \(solo los editores de formularios pueden ver este vínculo\)](#)

Apéndice B. Fotos ubicaciones de restaurante, hostel, museo, artesanía y patrimonio

	<p>Restaurante El Zaguán de San Antonio Cra. 12 #1-29, Cali, Valle del Cauca</p>
	<p>Hostal Santiago D.C. Cra. 9 # 3-37, Cali, Valle del Cauca</p>
	<p>Museo Raizales De La Salsa Caleña Cra. 4 ## 3-30, Cali, Valle del Cauca</p>



Artesanías

Cerámicas Palomar

Carrera 12 # 2-41,
Cali, Valle del Cauca



Patrimonio

Colina De San Antonio

Cra. 4c #2a-86,
Cali, Valle del Cauca

Apéndice C. Encuesta satisfacción – App Cali Touring

Para ver encuesta de satisfacción ir a enlace <https://forms.gle/wqNbo5uMGovxbe338>



Encuesta satisfacción

En esta encuesta se desea conocer su percepción acerca del trabajo realizado del prototipo de app Cali Touring como proyecto de grado

Luego de leer las afirmaciones evalúe el trabajo señalado, según las opciones: *

	En desacuerdo	Poco de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Su interacción con la plataforma fue sencilla, en términos de fluidez de navegación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las respuestas y recomendaciones de la aplicación optimizaron su plan turístico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La propuesta estética en cuanto a diseño, colores, íconos, le resultó agradable?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendaría usted la aplicación a otro viajero?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>