



## **De Rolling por La Candelaria**

Estrategia digital para potenciar la visibilidad del patrimonio histórico-arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria por medio del turismo temático que se realiza en el sector.

/

### **Proyecto de Grado**

Khadijah Ali Ospina  
Mariana Gutiérrez Rodríguez  
Gabriel Abdon Villamil Buitrago

**Bogotá D. C., 2023**

**De rolling por La Candelaria**



Estrategia digital para potenciar la visibilidad del patrimonio histórico-arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria por medio del turismo temático que se realiza en el sector.

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

**Diseñador Digital y Multimedia**

Director (a):

Nombre del prof. titular del componente (sólo director, no asesor)

Línea(s) de énfasis:

(actualmente hay 3 líneas de énfasis)

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca  
Facultad de Ingeniería y Arquitectura  
Programa de Diseño Digital y Multimedia  
Bogotá D. C., 2022



# Aval del Proyecto

---

Firma del Director(a) de proyecto de grado

---

---

---

---

Firmas de los jurados





## **Dedicatoria**

Dedicamos este proyecto a todos aquellos que encuentran la belleza en la historia, la riqueza en la cultura y la inspiración en el patrimonio. Que esta iniciativa sirva como una ventana a un mundo de conocimiento y maravillas, y que inspire a las generaciones presentes y futuras a explorar, apreciar y preservar la riqueza de La Candelaria. A nuestros tutores, colegas y a todos los que contribuyeron en este viaje, su apoyo y dedicación son invaluable. Que este proyecto sea un tributo a la belleza de La Candelaria y un faro que ilumina el camino hacia un turismo más enriquecedor y sostenible en esta joya histórica de Bogotá.



## **Agradecimientos**

Con gratitud y emoción, queremos expresar nuestros sinceros agradecimientos a todos los que hicieron posible este proyecto. A los profesores y tutores de grado. Cada uno de ustedes ha contribuido con su energía, talento y apoyo constante. En los momentos de desafío, encontramos fuerza en su confianza en nosotros. Este proyecto es un testimonio del poder del trabajo en equipo y la dedicación. Continuaremos avanzando, inspirados por su apoyo y con la determinación de alcanzar aún mayores logros juntos. ¡Gracias por ser parte de este emocionante viaje!



*"La arquitectura es el testigo insobornable de la historia, porque sin un pasado no tenemos identidad."*

*- Mario Botta*

## **Resumen**

La Candelaria es un sector reconocido por ser el centro histórico de Bogotá, caracterizado por su rica arquitectura colonial, calles empedradas y una abundancia de monumentos históricos. Debido a su gran afluencia turística que va creciendo cada año, la Alcaldía de La Candelaria busca nuevos proyectos innovadores que apoyen el turismo en el sector en donde se fomenten las experiencias turísticas a partir del contexto con el arte, la cultura y el patrimonio de la localidad, ya que además de contar con diferentes actividades turísticas en el sector desean expandir su oferta y experiencia turística. Es así como en conjunto de la Alcaldía de La Candelaria y Labitur (Laboratorio de Innovación Turística) invitan a la comunidad a participar en proponer proyectos que transformen e implementen un cambio positivo e incluyente para la comunidad y su territorio.

A partir de esto, el presente proyecto propone una estrategia de ruta turística por las cinco iglesias más antiguas de La Candelaria, donde los recursos multimedia proporcionan información sobre este patrimonio de manera interactiva a sus visitantes promoviendo la apreciación de la historia, la arquitectura y el arte, fomentando así el turismo cultural en la zona con una dinámica diferente a las que presenta La Alcaldía de La Candelaria.

De esta manera se integran metodologías de diseño que se enfocan en el usuario y en la creación de soluciones efectivas. El

diseño centrado en la actividad que se utiliza para comprender las necesidades y deseos de los turistas al visitar La Candelaria. Esto implica analizar las actividades que realizan durante su recorrido y cómo la idea del proyecto puede mejorar su experiencia. El design thinking que se emplea para fomentar la creatividad y la innovación en la solución, abordando desafíos planteados desde diferentes perspectivas y que promueve la generación de ideas creativas.

Finalmente, se demuestra a través de este proyecto como el diseño digital y multimedia logra proponer una estrategia digital innovadora para el turismo en La Candelaria, ya que implementa características interactivas ofreciendo experiencias digitales a los usuarios, fomentando el turismo y promoviendo el conocimiento del patrimonio histórico de las iglesias elegidas ubicadas en La Candelaria. Demostrando durante los testeos de usuario, como los visitantes valoran la interactividad, el contenido multimedia, la fácil accesibilidad a la información y las diferentes maneras de obtener conocimiento, evidenciando la viabilidad del diseño digital y multimedia como una herramienta efectiva para fomentar la apreciación del patrimonio por medio del turismo, y a medida que se avanza en el proyecto surgen nuevas dudas, en cómo se podría medir el impacto de esta aplicación puesta en acción en su entorno real.

*Palabras clave:* Patrimonio histórico-arquitectónico, turismo cultural, prototipo multimedia, La Candelaria, diseño digital y multimedia

**Línea(s) de profundización:**

Ideación y visualización del espacio.

**Abstract**

La Candelaria is a well-known area as the historic center of Bogotá, characterized by its rich colonial architecture, cobblestone streets, and an abundance of historical monuments. Due to its increasing tourist influx each year, the Mayor's Office of La Candelaria is seeking new innovative projects to support tourism in the area, where tourist experiences are encouraged through the context of art, culture, and local heritage. In addition to the various tourist activities in the area, they aim to expand their tourist offerings and experiences. This is how, in conjunction with the Mayor's Office of La Candelaria and Labitur (Tourism Innovation Laboratory), they invite the community to propose projects that transform and implement a positive and inclusive change for the community and its territory.

Based on this, the present project proposes a tourist route strategy through the five oldest churches in La Candelaria, where multimedia resources provide interactive information about this heritage to its visitors, promoting an appreciation of history, architecture, and art, thus fostering cultural tourism in the area with a different dynamic than what La Candelaria's Mayor's Office presents.

In this way, design methodologies that focus on the user and the creation of effective solutions are integrated. Activity-centered design is used to understand the needs and desires of tourists when visiting La Candelaria. This involves analyzing the activities they perform during their tour and how the project's idea can enhance their experience. Design thinking is employed to promote creativity and innovation in the solution, addressing challenges from different perspectives and promoting the generation of creative ideas.

Finally, this project demonstrates how digital and multimedia design manages to propose an innovative digital strategy for tourism in La Candelaria by implementing interactive features, offering digital experiences to users, promoting tourism, and enhancing knowledge of the historical heritage of the selected churches located in La Candelaria. During user testing, it becomes evident how visitors value interactivity, multimedia content, easy accessibility to information, and different ways of gaining knowledge, highlighting the feasibility of digital and multimedia design as an effective tool to promote the appreciation of heritage through tourism. As the project progresses, new questions arise, such as how the impact of this application in its real environment can be measured.

*Keywords:* Historical-architectural heritage, cultural tourism, multimedia prototype, La Candelaria, digital and multimedia design

**Research lines:**

Ideation and visualization of space

## Tabla de contenido

Aval del Proyecto	5
Dedicatoria	9
Agradecimientos	11
Abstract	16
Tabla de contenido	17
Listado de figuras	20
Listado de tablas	21
Listado de anexos	22
1. Formulación del proyecto	23
1.1 Introducción	23
1.2 Justificación	24
1.3 Definición del problema	25
1.4 Hipótesis de la investigación	27
1.4.1 <i>Hipótesis explicativa</i>	28
1.4.1 <i>Hipótesis propositiva</i>	28
1.5 Objetivos	28
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	29
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	29
1.6 Planteamiento metodológico	30
1.7 Alcances y limitaciones	31
2. Base teórica del proyecto	32
2.1 Marco referencial	34
2.1.1 <i>Antecedentes</i>	34
2.1.2 <i>Marco teórico contextual</i>	37
2.1.3 <i>Marco teórico disciplinar</i>	40

2.1.4 Marco conceptual	42
2.1.5 Marco institucional	44
2.1.6 Marco legal	45
2.2 Estado del arte	45
2.4 Caracterización de usuario	46
3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	47
3.1 Criterios de diseño	49
3.1.1 Árbol de objetivos de diseño	50
3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño	50
3.2 Hipótesis de producto	51
3.3 Desarrollo y análisis Etapa X1	51
3.4 Desarrollo y análisis Etapa X2	52
3.5 Desarrollo y análisis Etapa X3	53
3.6 Desarrollo y análisis Etapa X4	53
3.7 Resultados de los testeos	53
3.7.1 Primer testeo	54
3.7.2 Segundo testeo	55
3.7.3 Testeos adicionales	55
3.8 Prestaciones del producto	57
3.8.1 Aspectos morfológicos	57
3.8.2 Aspectos técnico-funcionales	57
3.8.3 Aspectos de usabilidad	58
4. Conclusiones	58
4.1 Conclusiones	59
4.2 Estrategia de mercado	59
4.2.1 Segmentos de cliente	60

<i>4.2.2 Propuesta de valor</i>	61
<i>4.2.3 Canales</i>	61
<i>4.2.4 Relaciones con los clientes</i>	61
<i>4.2.5 Fuentes de ingresos</i>	61
<i>4.2.6 Actividades clave</i>	62
<i>4.2.7 Recursos clave</i>	62
<i>4.2.8 Socios clave</i>	62
<i>4.2.9 Estructura de costes</i>	63
4.3 Consideraciones	63
Referencias	64
Anexos	78

## Listado de figuras

<b>Figura 1</b>	51
<b><i>Figura 2</i></b>	52
<b><i>Figura 3</i></b>	53
<b>Figura 4</b>	54
<b>Figura 5</b>	55
<b>Figura 6</b>	56
<b>Figura 7</b>	67
<b>Figura 8</b>	69
<b>Figura 9</b>	70
<b>Figura 10</b>	71
<b>Figura 11</b>	72
<b>Figura 12</b>	73

## **Listado de anexos**

<b>Anexo A</b>	Hoja de vida Khadijah Ali Ospina	<b>87</b>
<b>Anexo B</b>	Hoja de vida Mariana Gutierrez Rodriguez	<b>87</b>
<b>Anexo C</b>	Hoja de vida Gabriel Abdon Villamil Buitrago	<b>87</b>
<b>Anexo D</b>	Portafolio Khadijah Ali Ospina	<b>87</b>
<b>Anexo E</b>	Portafolio Mariana Gutierrez Rodriguez	<b>87</b>
<b>Figura F</b>	Portafolio Gabriel Abdon Villamil Buitrago	<b>87</b>
<b>Anexo G</b>	Árbol de problemas	<b>88</b>
<b>Anexo H</b>	Cuadro de metodologías	<b>88</b>
<b>Anexo I</b>	Linea del tiempo	<b>88</b>
<b>Anexo J</b>	Marco teórico conceptual	<b>88</b>
<b>Anexo K</b>	Perfil de usuario	<b>88</b>
<b>Anexo L</b>	Árbol de objetivos de diseño	<b>89</b>
<b>Anexo M</b>	Requerimientos y determinantes de diseño	<b>89</b>
<b>Anexo N</b>	Hipotesis de producto	<b>89</b>
<b>Anexo O</b>	Canvas	<b>89</b>
<b>Anexo P</b>	Mapa de Navegación	<b>89</b>

## **1. Formulación del proyecto**

### **1.1 Introducción**

En el presente proyecto de investigación, se aborda la idea de fomentar a través del diseño digital y multimedia experiencias turísticas a partir del contacto con el arte, la cultura y el patrimonio en La Candelaria, sector ubicado en el centro oriente de Bogotá, Colombia. Más conocido como el centro histórico de la ciudad, caracterizado por su rica arquitectura colonial, calles empedradas y una abundancia de monumentos históricos. Este proyecto nace a partir de la profunda admiración por la riqueza patrimonial de las iglesias ubicadas en La Candelaria y del deseo de compartir el arte, la cultura y el patrimonio de estos monumentos históricos, así mismo la necesidad que presenta la Alcaldía Local de La Candelaria y Labitur (Laboratorio de innovación turística) al organizar un concurso

de propuestas innovadoras para fomentar el turismo en dicha localidad, con proyectos que transforme e implementen un cambio positivo e incluyente para la comunidad y su territorio. (bogota.gov.co,2018) Es así, como por medio de una ruta generada por las cinco iglesias más antiguas de La Candelaria: La iglesia de Nuestra Señora de La Candelaria, La Catedral Primada de Colombia, la Iglesia San Agustín, la Iglesia de San Ignacio y el Museo Iglesia de Santa Clara, se desea generar una visibilización del patrimonio histórico arquitectónico de estas iglesias, a través de una estrategia de comunicación digital. Este proyecto se lleva a cabo mediante las diferentes metodologías de diseño, ya que combina diferentes disciplinas, entre ellas, las metodologías del diseño como: el design thinking, el diseño de la experiencia de usuario (UX) y el diseño centrado en la actividad, a su vez, por medio de diferentes teorías como la Teoría de la Experiencia del Consumidor, la Teoría motivacional de Crompton y diferentes problemáticas que se identifican en el Marco contextual del proyecto.

Sintetizando esta información, este proyecto tiene como objetivo principal utilizar el diseño digital y multimedia como una herramienta para lograr una mejor visualización de la información e historia que hay acerca del Patrimonio histórico arquitectónico en las iglesias ubicadas en La Candelaria por medio del turismo, y así mismo, ofrecer experiencias turísticas memorables. A través del enfoque del design thinking, el diseño de la experiencia de usuario (UX) y el diseño centrado en la actividad, se busca lograr una mejor

visualización al alcance de los turistas sobre la información acerca del Patrimonio de estas iglesias, y así mismo promover la conservación del patrimonio cultural e histórico, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de La Candelaria como un centro histórico vibrante y atractivo.

## **1.2 Justificación**

El proyecto no solo responde a una necesidad evidente de conservación y promoción del patrimonio de La Candelaria, sino que también aborda la creciente demanda de experiencias turísticas auténticas y significativas, ya que se espera que al atraer visitantes nacionales e internacionales generando ingresos para los residentes y negocios locales, ya que según el DANE, en Colombia aumenta el nivel del gasto del turista nacional e internacional, lo que impulsa el consumo y la demanda interna. “El gasto promedio de los turistas extranjeros en 2021 fue de 1.364 dólares, mientras que el de los turistas nacionales fue de 959 dólares”.(DANE,2021)

Además, es un importante generador de empleo, ya que involucra a más de 24 actividades económicas, como transporte, alojamiento, alimentación, entrenamiento, y demás. Según la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, el sector turístico emplea a más de 1,8 millones de personas, lo que representa el 8,5% del empleo total del país (Anato, s.f.)

Según Bayport, también fomenta la preservación y promoción de la cultura y la biodiversidad de Colombia, ya que incentiva el cuidado del patrimonio cultural y natural, así como el respeto por la diversidad étnica y lingüística.

Así mismo se espera ofrecer diferentes experiencias y temáticas turísticas para sus visitantes, ya que el turismo en Colombia está creciendo y superando los niveles pre pandemia, ya que el MinCit evidenció que el número de visitantes extranjeros proyectados para el 2022 fue de 3,1 millones, un 49% más que en el 2021 y que el número de viajeros internos para el 2022 fue de 13,5 millones, un 36% por encima del 2021 (s.f.). Estas cifras muestran que el turismo en Colombia se está reactivando y creciendo de manera sostenida, gracias a la diversidad de destinos y productos turísticos, y las nuevas tendencias de viaje que según El Espectador, se han acentuado con la pandemia, como el turismo de naturaleza, el slow tourism y el turismo para nómadas (s.f.).

De esta manera se busca fomentar el crecimiento del turismo en La Candelaria enriqueciendo la experiencia de los visitantes promoviendo la preservación y el aprecio del patrimonio cultural y arquitectónico del barrio, creando una ruta turística que recorre las cinco iglesias más antiguas del sector visibilizando la información sobre el patrimonio histórico-arquitectónico con el fin de promover la apreciación de este patrimonio y mejorar la experiencia de los visitantes.

La elección de las iglesias que serán objeto de estudio en este proyecto de investigación se basa en crear una ruta turística

desde la iglesia con la fecha de fundación más antigua hasta la fecha más reciente de las cinco escogidas, resaltando su importancia tanto arquitectónica como histórica. Las iglesias seleccionadas son La iglesia San Agustín: Una iglesia barroca que se ubica detrás de la Casa de Nariño, en la esquina de la carrera 7 con calle 7. Fue fundada por los agustinos recoletos en 1575 y reconstruida varias veces debido a los terremotos. En su interior se encuentra la imagen de la Virgen de Altagracia, una obra en relieve que combina con la decoración de las paredes y techos. (bogota.gov.co, s.f.)

La Iglesia San Ignacio: Iglesia jesuita que se sitúa en la carrera 6 con calle 10. Fue construida entre 1610 y 1767, siendo una de las más grandes y antiguas de la ciudad. Tiene un estilo barroco con influencia mudéjar. Su fachada es de piedra tallada y su interior está adornado con pinturas, retablos y esculturas. La iglesia alberga una de las colecciones más importantes de arte neogranadino, con obras de artistas como Gregorio Vásquez de Arce y Ceballos, Pedro de Lugo Albarracín, Baltasar de Vargas Figueroa y José de Figueroa. Fue declarada Monumento Nacional en 1975, por su significado histórico, valor arquitectónico y cultural (EcuRed, s.f.)

El Museo Iglesia de Santa Clara: Es una iglesia que perteneció al convento de las clarisas, fundado en 1647. Se localiza en la carrera 8 con calle 9. Es la única iglesia colonial que conserva su decoración original, compuesta por pinturas al óleo, dorados, estucos y tallas en madera. En total son más de 140 piezas, sin contar la rica pintura mural y el embovedado, con más de 950 flores

de cinco hojas – pentafoliadas – talladas en madera y recubiertas en laminilla de oro. Actualmente funciona como museo y exhibe una colección de arte religioso. El Museo fue declarado Monumento Nacional en 1975, por su significado histórico, valor arquitectónico y cultural. (Museos Colombianos, s.f.)

Iglesia Nuestra Señora de La Candelaria: Es un templo colonial dedicado a la Virgen María bajo la advocación de la Candelaria. Se localiza en la calle 11 con carrera 4. Su construcción se inició el 1686 y fue finalizada en 1703. Alberga importantes obras de arte religioso de origen colonial. Fue declarada Monumento Nacional en 1975. (bogotadc.travel, s.f.)

Catedral Primada de Colombia: Es la sede de la arquidiócesis de Bogotá y la iglesia principal del país. Se encuentra en la Plaza de Bolívar, frente al Palacio de Justicia. Su construcción comenzó en 1807 y terminó en 1823. Tiene un estilo neoclásico y una planta en forma de cruz latina. La Catedral conserva reliquias de los primeros santos colombianos, como San Pedro Claver, Santa Laura Montoya y San Luis Beltrán. También alberga el sarcófago del libertador Simón Bolívar. Otras personalidades históricas que están sepultadas en la Catedral son Antonio Nariño, Gregorio Vásquez de Arce y Ceballos y Gonzalo Jiménez de Quesada. Fue declarada Monumento Nacional en 1975, por su significado histórico, valor arquitectónico y cultural. Es considerada una de las obras maestras del neoclasicismo en Colombia y una de las más grandes y antiguas de América Latina. (Urbipedia, s.f.)

El proyecto busca no solo preservar y destacar la riqueza histórica y arquitectónica de La Candelaria, sino también ofrecer una experiencia inmersiva que eduque, inspire y conecte a visitantes locales con este patrimonio único. En este contexto, al aplicar a las propuestas innovadoras solicitadas a la ciudadanía por la Alcaldía de La Candelaria y Labitur, donde buscan como objetivo principal transformar e implementar un cambio positivo e incluyente para la comunidad, de manera que la propuesta fomente experiencias turísticas a partir del contacto con el arte, la cultura y el patrimonio de la localidad, el diseño digital y multimedia es una herramienta clave para el desarrollo del proyecto ya que según The Conversation, favorece el desarrollo de un turismo inteligente, digital y sostenible, ya que aprovecha las oportunidades de las nuevas tecnologías para optimizar la gestión, la calidad y la competitividad del sector (s.f.), y que además, según la UNAM, estimulan la creatividad y la diversificación de la oferta turística, al generar nuevas formas de viajar y de disfrutar los destinos, por ejemplo, el turismo virtual, la realidad aumentada, los juegos de geolocalización, los hoteles temáticos, los museos interactivos, entre otros (s.f.). Así mismo, Increta afirma que también ayuda a mejorar la imagen y la identidad de los destinos, así como la accesibilidad y la usabilidad de los recursos turísticos. (s.f.)

Por lo tanto el diseño digital y multimedia se presenta como una herramienta para ser un puente de comunicación entre los turistas y la historia sobre el Patrimonio histórico de la zona y en cierta medida a ofrecer una experiencia turística en La Candelaria,

mediante herramientas digitales y de comunicación, creando una propuesta turística innovadora, atractiva y personalizada.

### **1.3 Definición del problema**

La Candelaria tiene una gran importancia histórica para Colombia, ya que al remontarse a la época precolombina, cuando la zona era habitada por los indígenas Muisca, que formaban parte de la Confederación Muisca, una de las civilizaciones más avanzadas de América del Sur. Los Muisca tenían una organización social, política, económica y religiosa basada en el culto a la naturaleza y al sol. En donde tiempo después, fue lugar donde se fundó la ciudad de Santa Fe de Bogotá el 6 de agosto de 1538, por el conquistador español Gonzalo Jiménez de Quesada, quien llegó al territorio en busca de El Dorado, la mítica ciudad de oro. Allí se construyó la primera iglesia y se trazó el plano de la ciudad, siguiendo el modelo de las ciudades españolas, fue así como La Candelaria tomó su nombre de la iglesia y el convento de Nuestra Señora de la Candelaria, que fueron construidos por los agustinos recoletos en 1686. La iglesia está dedicada a la Virgen María bajo la advocación de la Candelaria, que es la patrona de las Islas Canarias. La iglesia y el convento fueron declarados Monumento Nacional en 1975, luego de esto, se convirtió en el centro económico, cultural y político de la ciudad, y se construyeron numerosos edificios religiosos, gubernamentales y educativos, que reflejaban la influencia de los estilos arquitectónicos colonial y republicano. Entre ellos se destacan la Plaza de Bolívar, la

Catedral Primada de Colombia, el Palacio de Nariño, el Capitolio Nacional, el Museo del Oro, el Museo Botero y otras importantes edificaciones e instituciones, además de esto, La Candelaria fue escenario de varios acontecimientos históricos, como el grito de independencia del 20 de julio de 1810, la captura de la Pola el 14 de noviembre de 1817, el asesinato de Jorge Eliécer Gaitán el 9 de abril de 1948, el Bogotazo y la toma del Palacio de Justicia el 6 y 7 de noviembre de 1985. Hoy en día La Candelaria es una localidad que se compone por seis barrios, que conservan la esencia de la época colonial y republicana. Sus calles angostas, sus casas coloridas y sus iglesias barrocas son testimonio de la historia y la identidad de los colombianos. La Candelaria es un importante centro turístico, educativo y comercial, que atrae a visitantes nacionales e internacionales por su riqueza cultural, arquitectónica y artística. (El Espectador, s.f.)

Hoy en día, se caracteriza por ser un sector histórico el cual es visitado con gran afluencia a lo largo del año. Según el Observatorio de Turismo en Bogotá, solo en el año 2018 alrededor de 12.923.975 personas entre turistas de la ciudad y extranjeros, visitaron esta zona de la ciudad (s.f.), además, según La Alcaldía de Bogotá, es la primer área turística sostenible certificada en Colombia, gracias al esfuerzo mancomunado de las entidades públicas y privadas, el sector turístico y la comunidad de La Candelaria, que trabajaron en los frentes ambiental, cultural, económico, social y de seguridad. La Candelaria cumple con los estándares de calidad, seguridad y responsabilidad social y

ambiental que exige la norma de destinos turísticos de Colombia (s.f.).

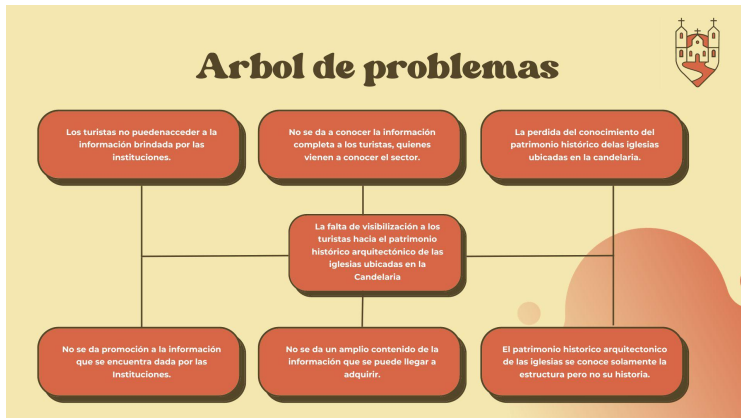
Con esto la Alcaldía de la localidad busca ofrecer a sus visitantes diferentes maneras de recorrer y realizar turismo en La Candelaria, recibiendo propuestas por parte de los ciudadanos para mejorar la experiencia de su turismo, siendo una oportunidad para desarrollar proyectos innovadores que promuevan el turismo, fomentando ideas creativas que tengan un impacto positivo en el turismo, especialmente en el contexto cultural y patrimonial de esta localidad. El concurso representa la colaboración entre el gobierno local y el Laboratorio de Innovación turística, lo que demuestra un enfoque de apertura a nuevas ideas y soluciones para el desarrollo del turismo en la región. Los proyectos tienen la posibilidad de recibir apoyo financiero, asesoramiento y recursos para llevar a cabo sus propuestas. De esta manera, se pueden presentar proyectos para las cuatro categorías que son: Candelaria visible, Disfrutando de La Candelaria con confianza, Turismo en La Candelaria con beneficios para todos y por último, Fomento de experiencia turísticas a partir del contacto con el arte, la cultura y el patrimonio de la localidad. Siendo el objetivo principal de estas actividades que se transforme e implemente un cambio positivo e incluyente para la comunidad y su territorio. (bogota.gov.co, s.f.)

Fue así como se observó y analizó el turismo que se realiza en La Candelaria a través de sus canales de información, el cual cuenta con una amplia variedad de temáticas interesantes para aprender y recorrer de manera dinámica el sector, sin embargo,

después de realizarse una serie de entrevistas a los turistas que recorrían el barrio se evidenció que, ocho de diez personas que visitaron el sector y sus iglesias, demostrando que encuentran la escasez de visibilización hacia el patrimonio arquitectónico de las iglesias ubicadas en la Candelaria, y aunque la información está disponible desde las instituciones como lo son el Instituto distrital de patrimonio cultural y el Instituto distrital de cultura y turismo, esta información no está disponible o su acceso no es fácil para el público a la hora de visitar estos lugares de manera independiente, y la información abierta al público, que son algunas de las leyendas talladas en sus paredes es corta debido a que su extensa información no podría ser escrita para no obstruir la arquitectura y diseño establecido en las iglesias, y de esta manera muchos turistas se están perdiendo la oportunidad de conocer a profundidad la gran información que tienen para ofrecer la historia y datos acerca del patrimonio de este sector.

De esta manera la pregunta problema del proyecto es:  
¿Cómo potenciar por medio del diseño digital y multimedia la visibilidad del patrimonio histórico-arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria por medio del turismo temático que se realiza en el sector?

***Árbol de problemas***



**Anexo 1: Árbol de problemas**

*Fuente: Autoría propia (2022).*

## 1.4 Hipótesis de la investigación

### 1.4.1 Hipótesis explicativa

La implementación de una aplicación móvil facilita a los turistas el acceso a la información interactiva sobre el patrimonio histórico y arquitectónico de las iglesias de La Candelaria, incentiva un aumento a la afluencia de turistas, enriquece su experiencia y promueve un turismo cultural responsable y autónomo.

### ***1.4.1 Hipótesis propositiva***

La implementación de las estrategias y herramientas que ofrece la incorporación del diseño digital y multimedia para el aprovechamiento del patrimonio de las iglesias en La Candelaria, puede brindar una experiencia renovadora y memorable al turista, de modo que, por medio del reconocimiento de la información contribuirá a la preservación de estos espacios culturales.

## **1.5 Objetivos**

### ***1.5.1 Objetivo general***

Desarrollar un prototipo de una estrategia digital que potencie la visibilidad del patrimonio arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria.

### ***1.5.2 Objetivos específicos***

- Identificar y recopilar la información histórica y arquitectónica de las iglesias ubicadas en La Candelaria
- Analizar las tecnologías y herramientas de diseño digital y multimedia disponibles que propicien esta visibilización
- Proponer una herramienta digital con estrategias efectivas del diseño digital y multimedia.

## **1.6 Planteamiento metodológico**

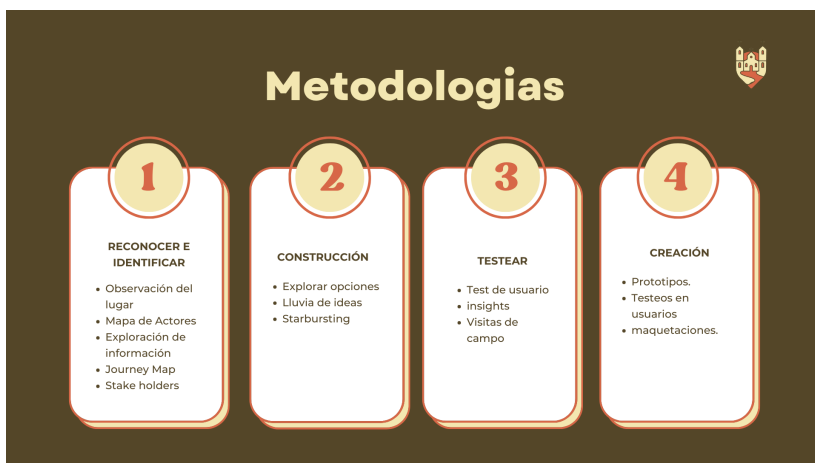
La teoría motivacional de Crompton y la Teoría de la Experiencia del Consumidor pueden influir de manera positiva y significativa en el proyecto al unificarlos con las metodologías de diseño que se usarán en el proyecto, las cuales son, la metodología del design thinking y el diseño de experiencia de usuario. Estás en conjunto proporcionan una comprensión profunda de las necesidades y requerimientos de los usuarios y cómo se construye y se vive una experiencia satisfactoria.

La teoría motivacional de Crompton permitiría identificar las motivaciones clave de los turistas que visitan La Candelaria. Al comprender qué impulsa a los turistas a elegir un destino, el proyecto podría adaptar su diseño digital y multimedia para resaltar los aspectos que más interesan a los visitantes, que irá en conjunto con la metodología del design thinking, que como se mencionó anteriormente en la Introducción, se enfocará en el proceso creativo para abordar y resolver la problemática en sus diferentes etapas que combinan el pensamiento creativo y el pensamiento analítico para generar soluciones innovadoras y centradas en las necesidades de los usuarios. Por ejemplo, si se descubre que los turistas están motivados por la historia y la cultura, la herramienta digital que se brindará podría ofrecer contenido enriquecido sobre los sitios históricos y las tradiciones culturales de La Candelaria.

Por otro lado, la Teoría del Consumidor se centra en cómo se construye y se vive una experiencia satisfactoria para el consumidor.

Al aplicar esta teoría, el proyecto podría diseñar la herramienta digital de manera que brinde una experiencia de usuario, y es aquí cuando trabaja de la mano con la metodología del diseño de la experiencia de usuario. En donde ambas teorías se unifican para considerar aspectos como usabilidad, la navegación fluida, la presentación visual atractiva y la personalización de contenido según intereses y preferencias de los usuarios. La plataforma digital podría ofrecer funciones interactivas, y demás recomendaciones basadas en las preferencias del usuario.

En conjunto, al integrar la Teoría motivacional de Crompton y la Teoría de la Experiencia del Consumidor en conjunto con el design thinking y el diseño de experiencia de usuario, permitirán la creación de una herramienta digital que capte la atención de los turistas.



**Anexo 2: Cuadro de metodologías**

*Fuente: Autoría propia (2022).*

## **1.7 Alcances y limitaciones**

Los alcances que se desean llevar a cabo para el proyecto pueden variar y/o cambiar con el transcurso del desarrollo de la investigación, sin embargo, se marcan como principales los siguientes aspectos.

Ofrecerá una accesibilidad amplia, ya que el uso de herramientas digitales permiten llegar a una mayor audiencia, incluyendo a turistas nacionales, locales e internacionales, brindándoles la oportunidad de explorar y conocer el patrimonio histórico arquitectónico de las iglesias de manera virtual.

Brindará experiencias inmersivas ya que a través del diseño digital y multimedia, se pueden crear experiencias interactivas que permitan a los turistas sumergirse en la historia y la belleza arquitectónica de las iglesias, proporcionando una experiencia más enriquecedora y memorable.

Facilitará la promoción efectiva ya que mediante estrategias de diseño digital y multimedia, se puede promocionar de manera efectiva el patrimonio de las iglesias, generando interés y despertando la curiosidad de los turistas, lo que puede dar como resultado un aumento en la afluencia de visitantes.

En limitaciones del proyecto se encuentra la disponibilidad y cooperación de las diferentes instituciones públicas o entidades gubernamentales que puedan estar involucradas en la preservación y promoción del patrimonio histórico-arquitectónico (Instituto Distrital de Patrimonio Cultural e Instituto Distrital de Turismo) Incluyendo dificultades para obtener permisos o colaboración de la difusión del proyecto. Además, los cambios en la administración gubernamental o los procedimientos burocráticos pueden afectar la viabilidad del proyecto.

Las barreras lingüísticas pueden ser otro factor limitante, en donde es importante considerar la diversidad lingüística y cultural de los turistas, ya que las experiencias digitales pueden no ser igualmente accesibles y comprensibles para todos. Se deben tener en cuenta traducciones y adaptaciones culturales para brindar una experiencia inclusiva.

Factores externos impredecibles como lo podría ser de nuevo una emergencia sanitaria que no permita la ejecución del proyecto en la zona, como se evidenció con el COVID-19 en el año 2020 que siguió afectando de manera drástica para el año 2021.

Se espera que a pesar de contar con estas limitaciones y quizás otras más que puedan desarrollarse en el transcurso del desarrollo del proyecto, se puedan alcanzar y cumplir los objetivos generales y específicos planteados en el proyecto.

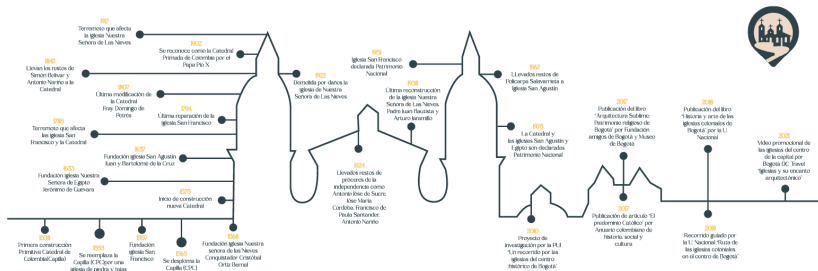
## **2. Base teórica del proyecto**

### **2.1 Marco referencial**

#### **2.1.1 Antecedentes**

La preservación del patrimonio arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria es de suma importancia para salvaguardar la riqueza histórica y cultural de este emblemático sector de la ciudad. A lo largo del tiempo, se han realizado investigaciones y se han implementado diversas acciones desde diferentes áreas para garantizar la conservación y comunicación de este valioso patrimonio. A través de esta línea del tiempo que mostraré a continuación, se puede explorar el origen y la evolución de este tema patrimonial, así como las contribuciones realizadas desde investigaciones y otras disciplinas para su preservación y difusión.

***Figura 2. Línea del tiempo sobre el patrimonio arquitectónico de las iglesias de La Candelaria (Nuestra Señora de Las Nieves, Nuestra Señora de Egipto, San Agustín, San Francisco y La Catedral Primada de Colombia)***



**Anexo 3.** La Figura muestra un recorrido básico de la historia del patrimonio arquitectónico sobre las cinco Iglesias en La Candelaria que se estudian en el proyecto. **Fuente.** Elaboración propia con base en *Arquitectura Sublime 2018*. (Para mejor visualización diríjase a la carpeta de anexos)

Esta línea del tiempo muestra cómo a lo largo de los siglos se ha ido comprendiendo la importancia del patrimonio arquitectónico de las iglesias de La Candelaria y cómo se han llevado a cabo investigaciones, restauraciones y proyectos interdisciplinarios para su preservación y difusión. A través de estas acciones, se busca asegurar que las generaciones futuras puedan apreciar y valorar el legado histórico y cultural que representan estas iglesias en el centro histórico de Bogotá.

### **2.1.2 Marco teórico contextual**

El sector histórico de La Candelaria en Bogotá ha sido reconocido por su riqueza cultural y arquitectónica, sin embargo, presenta una baja visibilidad hacia el patrimonio arquitectónico de las iglesias en comparación con otros puntos turísticos del sector. Se ha identificado que algunos factores que han contribuido a esta situación incluyen una falta de alcance hacia la información que hay disponible.

**2.1.2.1 Importancia de reconocer el patrimonio arquitectónico de las iglesias.** La arquitectura de las iglesias ha influido en la arquitectura civil, que a menudo ha imitado sus formas y elementos. Según un artículo de la revista Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo, el patrimonio arquitectónico es un documento histórico-social que proporciona información sobre los materiales, las técnicas y los sistemas constructivos empleados en una época, así como sobre el grado de tecnología y las circunstancias económicas que había en un lugar y en un periodo determinado. También ayuda a saber el funcionamiento, la escala, las proporciones y el diseño de los edificios religiosos, así como su relación con el entorno natural y urbano. Así mismo, reconocer el patrimonio arquitectónico de las iglesias es también una forma de valorar, respetar y preservar el legado cultural y artístico de nuestros antepasados, así como de fomentar el turismo, la educación y la investigación. (s.f.)

**2.1.2.1 La educación por medio del turismo.** Según un estudio realizado por Turismo Social del Mincetur en Perú, menciona que la educación por medio del turismo implica el nivel no formal o informal de la educación, y que busca aprovechar el potencial educativo del turismo como medio de comunicación, de intercambio cultural y de sensibilización social, para promover el aprendizaje de conocimientos, valores y habilidades relacionadas con el turismo (s.f.)

Frente a esto se plantean una serie de teorías y enfoques que respaldan la oportunidad de generar interés por el patrimonio arquitectónico por medio del turismo. A continuación, se mencionan algunas de las teorías más relevantes.

**2.1.2.1.4 Teoría de la Experiencia del Consumidor.** Según B. Joseph Pine II y James H. Gilmore, en *La Teoría de la Experiencia del Consumidor*, se enfocan en la importancia de diseñar y ofrecer experiencias únicas y valiosas para los turistas, en este sentido, nacen preguntas sobre ¿cómo esto puede impulsar la innovación en el sector turístico?. En el contexto turístico, implica ofrecer actividades emocionantes, servicios personalizados, entornos temáticos, atractivos y oportunidades de participación activa para los turistas. La aplicación de esta teoría puede fomentar la lealtad del cliente y generar un voz a voz positivo.

**2.1.2.1.5 Teoría motivacional de Crompton:** Según Philip Crompton, en *La Teoría Motivacional*, se centra en comprender los factores que motivan al turista a elegir un destino en particular. Esta teoría propone que comprender estas motivaciones es fundamental para diseñar y promocionar la oferta turística de manera efectiva, teniendo en cuenta si estas son intrínsecas (deseo de explorar, aprender o relajarse) o extrínsecas (la influencia de la publicidad o las recomendaciones de las personas). De este modo, se puede inferir que gracias a esta teoría se puede lograr un mayor flujo de turistas, ya que se influye en la toma de decisiones del usuario por medio de una motivación extrínseca.

De este modo, esta teoría ha sido muy útil en el campo del turismo, porque al comprender las motivaciones de los turistas, se desarrollan estrategias de marketing y/o promociones más efectivas. Y así mismo se han logrado identificar por medio de esta teoría las motivaciones de los diferentes tipos de turistas que hay, como los turistas de aventura, los turistas culturales o los turistas de bienestar, y así mismo diseñar experiencias turísticas que satisfagan sus necesidades.

En conclusión, para abordar la problemática, se requiere de una medida de innovación en la oferta turística que permita ofrecer experiencias más atractivas a los visitantes de la zona. La necesidad de desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que permitan una mayor interacción y participación de los visitantes en la cultura cotidiana de la zona. Además, es importante promover la diversidad

en la oferta gastronómica y de entretenimiento para atraer a turistas con diferentes intereses y preferencias.

### **2.1.3 Marco teórico disciplinar**

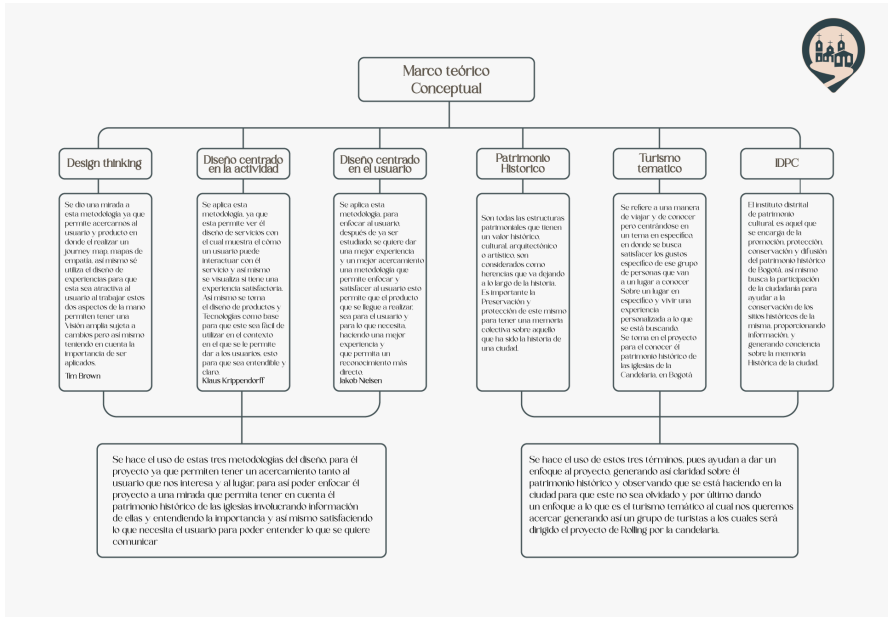
Las diferentes ramas del diseño pueden ofrecer diferentes experiencias para mejorar e impulsar el turismo, algunas de esas ramas son:

**2.1.3.1 Diseño de experiencia de usuario.** La cual se enfoca en ofrecer un servicio que sea entendible de usar, útil y agradable para el usuario. En cuanto al turismo, puede utilizarse en diferentes medios digitales que permitan al turista planificar su viaje de manera efectiva y confiable. Para ello utilizamos al autor Jacob Nielsen, el cual se centra en la experiencia de Usuario y como esta ayuda a la elaboración del diseño tomando una mirada más en el usuario.

**2.1.3.2 Diseño de interacción.** Se enfoca en estudiar cómo los usuarios interactúan con los sistemas digitales, y cómo se puede cada vez mejorar esta interacción con los usuarios. En el caso del turismo, puede aplicarse en la creación de medios digitales interactivos como por ejemplo en museos, mapas digitales, sistemas de navegación y demás plataformas al servicio de los turistas.

## 2.1.4 Marco conceptual

Tabla 1



### Anexo 4: Mapa de Empatía de Bogotá

Fuente: Autoría propia (2022).

## 2.1.5 Marco institucional

La Alcaldía de La Candelaria es la entidad encargada de administrar la localidad número 17 de Bogotá, que corresponde al centro histórico y cultural de la ciudad. La Alcaldía de la Candelaria tiene como misión promover el desarrollo integral, la participación

ciudadana, la convivencia pacífica y la protección del patrimonio de la localidad. Se encuentra ubicada en la Carrera 5 No. 12C - 40. La Alcaldía cuenta con una página web oficial, donde se puede consultar información sobre sus planes, programas, proyectos, servicios, trámites, noticias y eventos. ([lacandelaria.gov.co](http://lacandelaria.gov.co), s.f.)

Labitur es una iniciativa de la Alcaldía de La Candelaria y el Instituto Distrital de Turismo (IDT) que busca promover la innovación turística en la localidad número 17 de Bogotá, que corresponde al centro histórico y cultural de la ciudad. Labitur se basa en la metodología de los laboratorios de innovación, que consisten en espacios de colaboración entre diferentes actores del sector turístico, como empresarios, académicos, gestores culturales, líderes sociales y ciudadanos, para identificar los retos, las oportunidades y las soluciones para el desarrollo turístico de la localidad. Inició en el año 2019 y ha contado con la participación de más de 200 actores del sector turístico de la localidad. ([lacandelaria.gov.co](http://lacandelaria.gov.co), s.f.)

Es así como estas dos entidades presentan una convocatoria para proponer proyectos innovadores para fomentar el turismo en La Candelaria. Los proyectos deben inscribirse en alguno de los cuatros desafíos que presentan: Candelaria Visible, Disfrutando de La Candelaria con confianza, Turismo en La Candelaria con beneficios para todos, o Fomento de experiencias turísticas a partir del contacto con el arte, la cultura y el patrimonio de la localidad. El objetivo de estos proyectos es que transforme e implemente un cambio positivo e incluyente para la comunidad y su

territorio.

### **2.1.6 Marco legal**

Para el proyecto es necesario tener en cuenta leyes y/o regulaciones relacionadas con el turismo, con el patrimonio cultural de la ciudad, y en cuanto a publicidad y promoción de servicios turísticos. Por tanto, algunas leyes y regulaciones relevantes que podría incluir son:

Ley 300 de 1996 (Ley de Turismo): La cual busca promover el turismo como una actividad económica importante en el país para establecer las bases para su desarrollo sostenible, promoviendo principios y normas básicas para el fomento del turismo en Colombia y a su vez, estableciendo medidas para la protección y conservación del patrimonio cultural y natural del país.

Ley 397 de 1997 (Ley de Patrimonio Cultural): Tiene como objetivo proteger y preservar el patrimonio cultural del país, estableciendo las bases para la creación de políticas y estrategias orientadas a su gestión y valoración, siendo así en general, una ley fundamental para la preservación y valoración del patrimonio cultural de Colombia.

Ley 1558 de 2012 (Ley de Fomento al Turismo): Esta ley promueve y fortalece el turismo del país a través de políticas y estrategias que estimulen la inversión en el sector y fomenten el desarrollo turístico

sostenible, incentivando la inversión en infraestructuras, generaciones de empleo y la promoción de oferta turística en el mercado nacional e internacional. Además, la ley establece una creación del fondo nacional de turismo para la financiación de proyectos turísticos y el fortalecimiento de este.

Regulaciones de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): Como entidad gubernamental encargada de regular la publicidad y promoción de servicios turísticos y proteger los derechos del consumidor en el sector turístico, ha establecido diversas regulaciones para evitar prácticas engañosas o publicidad falsa que pueda afectar al consumidor, siendo fundamentales para garantizar la calidad y transparencia en la oferta de servicios en Colombia.

## **2.2 Estado del arte**

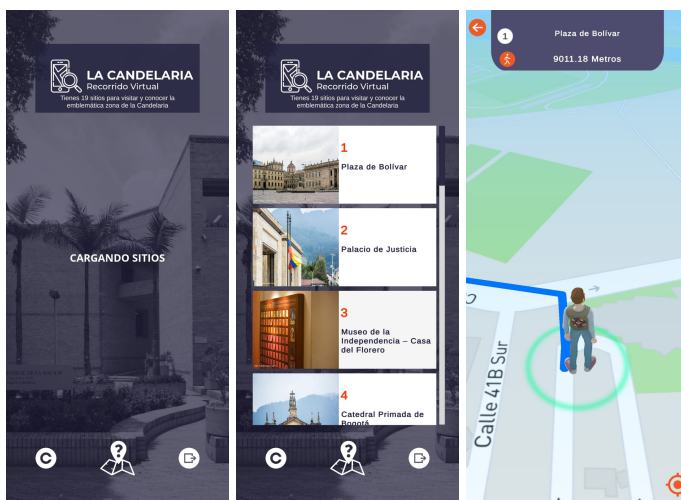
**Recorrido La Candelaria** es una aplicación realizada por el archivo general de la nación para Android que permite, como lo dice su nombre, dar un recorrido por el barrio La Candelaria, en donde principalmente brinda una información a su usuario, pidiendo que utilice internet, y por consiguiente, tenga la ubicación activa, permitiendo a la aplicación rastrear su punto y así guiarlo por el recorrido.

Al entrar en la aplicación, se permite evidenciar los lugares que puede ir visitando, permitiendo así al usuario tener una claridad.

Está elaborada con realidad aumentada, para que las

personas puedan sentirse parte tanto de manera presencial como de manera virtual, permitiendo tener más información sobre cada uno de los lugares que va a ser visitado, esto también dejando datos curiosos, esta información será dada por imágenes, audio y texto, esta experiencia se puede vivir completa si estás en el sitio, para vivir este momento es de vital importancia estar en el sitio.

Esta aplicación es con un fin educativo, para las personas que quieran saber y conocer la historia del sector histórico, la candelaria.

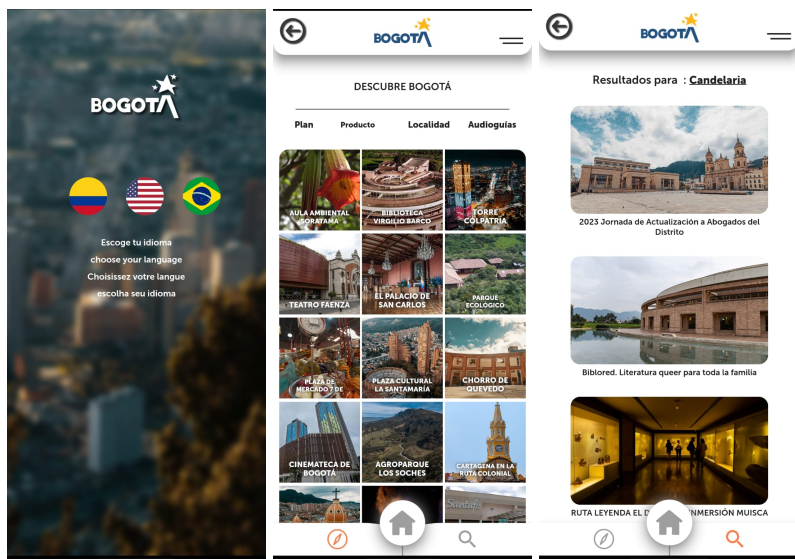


*Nota: Captura de pantalla tomada de la aplicación recorrido la Candelaria Fuente: Autoría propia (2022).*

**Bogotá DC Travel**, es una aplicación realizada por el instituto distrital de turismo de Bogotá, esta aplicación está hecha enfocada en el turismo para las personas que están interesadas en

conocer la ciudad, permitiendo que las personas agreguen sus sitios favoritos, cuáles quieren visitar y hacer una búsqueda de ellos.

Al realizar una búsqueda sobre La Candelaria, arroja diferentes sitios que se pueden visitar dentro de este sector.

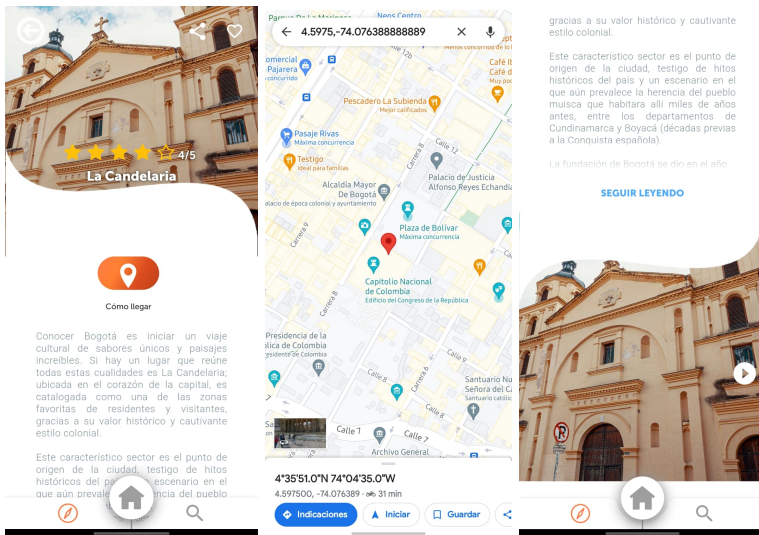


*Nota: Captura de pantalla tomada de la aplicación Bogotá D.C travel  
Fuente: Autoría propia (2022).*

Después de navegar entre diferentes resultados que arroja la aplicación, el usuario elige una de estas opciones y le proporciona una información del lugar, le permite dar clic a un botón que lo lleva hacia Google maps y le muestra donde queda este, por último muestra unas fotos del sector y también le permite calificar su experiencia en este lugar, esta aplicación está hecha para turistas

que quieren conocer la ciudad, no solamente un sector de ella, en donde se les facilite encontrar de manera rápida que pueden hacer en la ciudad, qué opciones les ofrece y que van a encontrar allí, sin necesidad de que tengan que contratar, persona guía que les facilite visitar la ciudad, por esto mismo se ofrece una aplicación fácil de entender que puedan elegir uno de los tres idiomas que se les presenta al iniciar la app.

Y finalmente, lo que ofrece la aplicación es que las personas descubran las riquezas que Bogotá tiene para darles.



*Nota: Captura de pantalla tomada de la aplicación Bogotá D.C travel*

*Fuente: Autoría propia (2022).*

**Guión turístico ruta la candelaria** es un producto escrito, hecho por la alcaldía de Bogotá, es un guión interpretativo hecho desde una técnica de comunicación y una herramienta

metodológica, para poder tener información sobre los sitios que se encuentran en la zona, datos sobre este mismo lugar, así mismo permite que sea una, guía turística para la persona que desee hacer uso de ella, se vuelve un insumo.

Así mismo permite que los guías desde este recurso pueden transformar sus discursos proponiendo algo más allá de simplemente visitar en lugar y comentar una breve reseña de este, si no que aporta muchos más datos, cuenta más allá de solo información si no hace participe a la magia el impacto que llega a causar cada elemento ubicado en la candelaria, es un producto muy útil al momento de realizar un recorrido y de querer saber su historia.

- 4.37 En este lugar se asentaron las órdenes de San Francisco y Santo Domingo, primeras comunidades religiosas llegadas a la ciudad, así mismo construyeron la ermita El Humilladero, modesta construcción devota que acompañó durante más de trescientos años la historia de Bogotá. En el marco de la visita guiada habitaron conquistadores, encomendados y personajes de la vida política. Fue mercado público y escenario de innumerables sucesos de la historia capitalina.
- 4.38 En el Parque Santander, conocido antiguamente como Plaza de Las Verbas y luego como Piazuela de San Francisco, en la historia de sus alrededores se sintetiza la arquitectura capitalina y la expansión urbana de la ciudad.
- 4.39 A finales del siglo XIX se realizaron reformas al parque, se retiraron las arquerías que rodeaban el espacio, cambiando así su apariencia republicana, se construyeron camellones interiores, nuevos jardines y jardines, se instalaron bancos y candelarios, a través del tiempo se realizaron algunas prácticas de mantenimiento.
- Escultura del General Francisco de Paula Santander**
- 4.40 Ubicación: Centro del parque Santander
- 4.41 El busto general nació en Villa del Rosario de Cúcuta. Célebre por su participación en la emancipación americana frente al imperio español. Fue uno de los principales organizadores de la campaña de resistencia contra la reconquista española, que dio la libertad definitiva a la Nueva Granada. Intervino en las batallas del Pasto de Vargas y de Boyacá en 1819.
- 4.42 Conocido como "El Hombre de las Leyes", Santander fue vicepresidente de la Gran Colombia y Presidente de la República de la Nueva Granada. Santander contrajo el primer sistema de educación pública de Colombia al impulsar la creación de escuelas y universidades.
- 4.43 La estatua es obra del italiano Pietro Costa elaborada en bronce. Fundida en Alemania, esta escultura se encuentra aquí desde 1878 cuando cambió el nombre del espacio de Plaza de las Verbas a Parque Santander. En la obra se aprecia al general vestido de militar, portando una espada en una mano y un documento en la otra, simbolizando su poder para promover la emancipación y las leyes.
- Edificio Avianca**
- 4.44 Ubicación: Calle 16 No 6 – 66
- 4.45 Diseñado por el renombrado arquitecto colombiano German Samper Gerssoco, entre los años 1962 y 1964, fue el primer rascacielos construido en Colombia, y por lo tanto el primero que superó los 150 metros de altura con 37 pisos que pueden albergar a una población laboral de 3.000 personas, aproximadamente.
- 4.46 Está ubicado en los terrenos que anteriormente ocuparon el famoso Hotel Regina, que fuera destruido el 9 de abril de 1948 y anteriormente estuvo la casa donde falleció el general Francisco de Paula Santander, de hecho al interior del hall de recibio del edificio se encuentra una placa conmemorativa que reza: "El día de hoy se levanta para el primero en que la Nueva Granada no me vera ocupado de su independencia, su Honor y de su Libertad", palabras del general.
- 4.47 El edificio es de una gran pureza geométrica, la intención estética es la simplicidad y la biología de una silueta urbana sencilla. Los materiales exteriores son el concreto a la vista de sus columnas

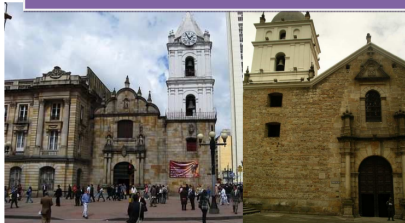
- Sistema de Transporte Masivo Trasmilenio**
- 4.21 Para finales del siglo XX no existió un verdadero sistema de transporte público urbano que sirviera como alternativa al vehículo particular. (lo cual incentivaba aún más su uso) y la ciudad registraba bajos niveles de competitividad a nivel latinoamericano y una insatisfactoria calidad de vida de la gran mayoría de sus habitantes, su situación era crítica.
- 4.22 Para el año 2000, después de diferentes fallidos intentos se establece un sistema de transporte masivo que contribuyó a remediar la problemática de la movilidad en Bogotá. Más adelante se crea el "Sistema Integrado de Transporte Público" – SITP, intentando optimizar los niveles de servicio para viajes que se realizan en la ciudad.
- Parada 2**
- Ubicación:**
- 4.23 Vía peatonal frente a la entrada de las dependencias de la DIAN
- Referencia:**
- 4.24 Aunque esta visita está diseñada para conocer las calles y las fachadas de edificaciones, cabe la invitación para que con más tiempo cada uno de los participantes, conozca más a fondo sobre los sitios que aquí les enseñamos. No pueden imaginar la satisfacción que es conocer sobre nuestra cultura, sus secretos, sus encantos, costumbre y tradiciones que conforman una cultura que nos identifica como bogotanos o como visitantes de la capital.
- 4.25 En el Museo del Oro se encuentran objetos que elaboraron los indígenas precolombinos, entre ellos los Muisca, con estas piezas nos dan a conocer las tradiciones propias de su pueblo y el uso de diversas técnicas de manufactura, ellos contribuyeron a la producción de adornos y objetos de ofrenda en oro, cobre y sus aleaciones.
- Atractivos de la segunda parada:**
- Edificio de la antigua sede del Jockey Club
  - Museo del Oro
  - Parque Santander
  - Escultura del general Francisco de Paula Santander
  - Edificio de Avianca
  - Museo Internacional de la esmeralda
- Edificio Antigua Sede del Jockey Club**
- 4.26 Ubicación: Carrera 6ª No. 15 – 18
- 4.27 Hoy es la sede de la Facultad de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario, este edificio por mucho tiempo fue la sede del distinguido club "hockey". Es de estilo republicano que data del año 1939, es un inmueble declarado Monumento Nacional. El territorio tiene historia antes de ser club, pues aquí estuvo la residencia del prócer Antonio Nariño.

*Nota: Captura de pantalla tomada Guión turístico Ruta Candelaria  
Fuente: Autoría propia (2022)*

**Un Recorrido por las Iglesias del Centro Histórico de Bogotá** Es un trabajo realizado por Ana Paula Russi Gómez

estudiante de la universidad Javeriana en la facultad de comunicación social, en donde ella da un acercamiento a las iglesias del centro de la ciudad, donde permite ver información detallada de cada una, nos muestra una pequeña introducción a lo que es históricamente estas iglesias, mostrando el motivo del cual fueron hechas, sus estructuras y ubicaciones, después de esto da paso al porqué estas iglesias se realizaron en épocas de colonización, y finalmente el porqué hacen parte de una memoria histórica, la importancia de que sean reconocidas por los Bogotanos y personas que visiten la zona y toca un tema muy importante que es la memoria colectiva, este referente lo tomamos por lo que ella permite transmitir en de trabajo hacia lo que es memoria histórica en el centro de la ciudad.

## Un Recorrido por las Iglesias del Centro Histórico de Bogotá



Ana Paula Russi Gómez  
Trabajo de grado para optar por el  
título de Comunicadora social con  
énfasis en periodismo.  
Director: Andrés Zambrano

Pontificia Universidad Javeriana  
Facultad Comunicación y  
Lenguaje  
Comunicación Social  
Bogotá 2010

*Nota: Captura de pantalla tomada de pdf un recorrido por las iglesias del centro histórico de Bogotá Fuente: Autoría propia (2022).*



## **2.4 Caracterización de usuario**

Si bien el proyecto busca centrarse en los turistas de la Candelaria como usuarios, es importante reconocer que se puede reconocer en este agente, tres tipos de perfiles distintos: turista extranjero

El usuario a quien se quiere llegar, es a los turistas pues el proyecto dirige a tres tipo de turistas, el extranjero, el local y el nacional, cada uno de ellos viene desde diferentes lugares a conocer la candelaria y lo que tiene ella para ofrecer, por eso lo que debe tener en común estos tres turistas es al llegar buscar un turismo temático, enfocado a las iglesias de la zona e involucrando la arquitectura de estas mismas, pues aunque los turistas sean un grupo grande de personas que visitan este lugar, lo que se busca es que estén interesados especialmente es esas características, permitiendo que nuestro producto sea aprovechado y de fácil acceso para estos mismos visitantes.

Para poder tener una claridad del usuario se realizó el siguiente mapa de empatía el cual permitirá tener un acercamiento a el usuario objetivo en el cual está enfocado de Rolling por la candelaria, así mismo tener en cuenta que el rango de edad estipulado es de 25 a 35 años.



### *Anexo 5: Mapa de Empatía*

*Fuente: Autoría propia (2022).*

### **3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados**

En este capítulo del proyecto, a continuación se sumergirá en un viaje a través de los entresijos del diseño del prototipo que busca promover el patrimonio histórico-arquitectónico de las iglesias de La Candelaria en Bogotá. Es un espacio crucial donde convergen la teoría y la práctica, y donde se establecen las bases para la creación de una experiencia de usuario única y enriquecedora.

Aquí, descubrirán los criterios de diseño, los pilares que sustentan la estética y la funcionalidad de la aplicación. Estos criterios se tejen con la usabilidad, la accesibilidad y la interactividad, garantizando que la aplicación sea amigable y

efectiva.

A continuación, entrarán en el mundo de las hipótesis de producto. Estas suposiciones estratégicas son el motor detrás del diseño, donde se exploran cuestiones de comportamiento del usuario, efectividad de las características interactivas y cómo el prototipo logrará sus objetivos.

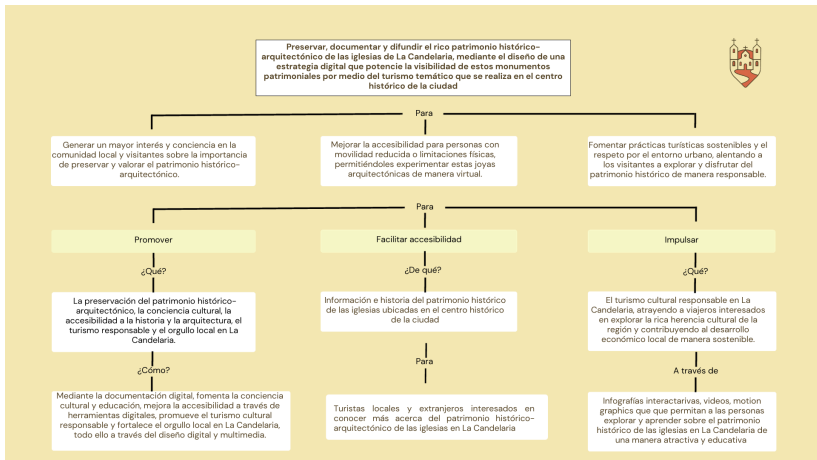
Finalmente, el capítulo se adentra en el desarrollo y análisis de resultados. Aquí, se desglosa el proceso creativo, desde la idea hasta el prototipo. Ustedes lectores, serán testigos de las pruebas, los desafíos enfrentados y las soluciones innovadoras que llevaron a cabo este prototipo.

### **3.1 Criterios de diseño**

Se propone como criterio de diseño la elaboración de producto crossmedia que consta de una aplicación que permita al turista conocer sobre la información de las cinco iglesias más antiguas del sector, brindando así información clave y precisa de lo que busca el turista, este se ve acompañado de algunos folletos que estén ubicados cerca de las iglesias para que puedan encontrar una abrebocas de lo que es la aplicación y así mismo una imagen QR de fácil reconocimiento para el ingreso de la aplicación móvil.

Dicha propuesta se desglosa y analiza en los siguientes apartados, comprendiendo aspectos de su diseño y cómo responde al contexto al que se aplica.

### 3.1.1 Árbol de objetivos de diseño



### Anexo 6: Árbol de objetivos de diseño

Fuente: Autoría propia (2023).

La estructura de este "árbol de diseño" que se presenta en este proyecto es una representación visual que guía a través de la planificación y ejecución de la iniciativa. Cada rama tiene un propósito específico y está intrínsecamente relacionada con el objetivo central del proyecto: potenciar la visibilidad del patrimonio arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria, generando experiencias memorables para los turistas, promoviendo la preservación de estos patrimonios.

### 3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

Problema	Factor	Sub problema	Requerimientos	Parámetros de diseño
La falta de visibilización del patrimonio histórico de las iglesias de la candelaria	Uso	Permitir el acceso a información sobre el patrimonio histórico arquitectónico de las iglesias	Acompañarlo de pequeños párrafos en inglés y español	Visualmente lo que habla por el producto es lo gráfico ya que es un lenguaje global
		Los usuarios por lo general presentan barreras lingüísticas con el lugar	Uso de gráfico e infografías como lenguaje global	Los gráficos con mayor tamaño que textos.
		Los usuarios cuentan con celular como herramienta digital a la mano	Debe funcionar de manera analógica digital	Lo digital se lleva acabo desde una plataforma interactiva y amigab, debe tener la suficiente información para que se de a conocer el producto
	Funcionamiento	La narrativa debe contar con acceso a internet	Contar con acceso a internet	Usar código QR para la visualización del producto
		Requiere llamar la atención de los usuarios a través de la historia el contenido informativo y el apartado visual	El uso adecuado de la información sea claro y permita que el contenido visual sea de fácil entendimiento.	En el caso digital el uso de la música como apoyo a la experiencia.
		El producto debe permitir que el contenido sea de fácil acceso para las personas que estén interesadas en conocer sobre de la historia y arquitectura de estos patrimonios	Tener presente que el contenido gira en torno a las iglesias por la parte externa e interna para una mayor información	Uso de gráficos, ilustraciones y textos para reforzar la experiencia turística
	Contexto	Debe contar con al menos dos idiomas inglés y español	El uso de plataformas digitales adecuadas para la difusión de la aplicación.	Uso de redes sociales como Instagram y Tik tok para facilitar la promoción y conocimiento de la ruta turística
		Los turistas desconocen la importancia de estos lugares patrimoniales	Contar con información suficiente para que el tema quede claro.	Seguir una línea narrativa y tener un foco específico cada que se habla de la iglesia respectiva
		El producto busca ser un puente de comunicación que brinda información de los cursos de forma dinámica y de fácil acceso.	Hablar con expertos sobre el tema e indagar las maneras de comunicar sin recomodar.	El visitar sitios como el centro de patrimonio cultural, para el complemento de información en la parte digital
		El producto busca visibilizar el patrimonio histórico arquitectónico de estas iglesias a turistas locales y extranjeros.	El usuario se sienta cómodo con la información y interactúa por la misma y comenta con lo que se le brinda.	Implementando el idioma que se desea (ingles) y dando una libertad de navegación según la iglesia que están visitando
		Aumentar la cultura histórica	Promover la cultura por medio del productory aumentar el flujo turística y por lo tanto economico en el sector	Tener una narrativa clara que no sea complicada ni difícil de entender



### Anexo 7: Requerimientos y determinantes de diseño

Fuente: Autoría propia (2023).

### 3.2 Hipótesis de producto

Teniendo en cuenta los requerimientos y determinantes de diseño antes mencionados se toman cuatro posibles productos que responden al objetivo general del proyecto. Estos aportan desde diferentes miradas de diseño la divulgación y visibilización de la arquitectura de las cinco iglesias más antiguas ubicadas en la zona de la Candelaria.



Hipotesis	Prototipo	Pros	Contras
Un producto que sea fácil de entender y dinámico para su uso.	<b>Infografía interactiva</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Poco texto</li><li>Lenguaje global</li><li>Experiencia digital, presencial</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tener acceso a internet</li><li>Poseer un celular</li><li>Entender el orden</li></ul>
Un producto que este a la mano del turista cuando lo desea usar y de fácil acceso	<b>Aplicación móvil</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>A la mano</li><li>Fácil acceso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Acceso a internet</li><li>Se tenga la capacidad de la que pesa la aplicación.</li></ul>
Producto que brinde la información de una manera visual y con una fácil comprensión.	<b>Producto audio visual</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Un producto visual que permite entender desde ese punto</li><li>Para todos los turistas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Lenguaje y o comunicación al momento de interpretar la traducción</li></ul>
Un producto que sea inmersivo para el turista que le permita tener una experiencia única.	<b>Realidad aumentada</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Permite una vista desde la virtualidad</li><li>Una experiencia inmersiva</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Que se puede volver recurrente no recibir visitas a los sectores</li><li>Bajo flujo de turistas en el sector</li></ul>

## **Anexo 7: Hipótesis de producto**

*Fuente: Autoría propia (2023).*

Luego de analizar cada uno de los productos tanto desventajas como ventajas se decide optar por la manera más eficiente para lograr el objetivo principal del proyecto es combinar e implementar una aplicación móvil, con la implementación de un folleto que permita la divulgación de la aplicación, el cual contenga información de lo que es de Rolling por la Candelaria y un QR que los permita acceder a la aplicación.

### **3.3 Desarrollo y análisis, etapa definición del problema**

Con el desarrollo de esta etapa permite que por medio del conocimiento del usuario y la definición de él en el capítulo 2, se

permite formular el cómo o por qué de este usuario por medio de un mapa de empatía y un mapa de actores que logra tener como finalidad un acercamiento en concreto, permitiendo así tener una claridad de el usuario y así mismo teniendo en cuenta sus alrededores como factor importante, por el conocimiento o falta de él, sobre el patrimonio histórico de las cinco iglesias más antiguas de la candelaria, esta información tiene factores como lo son nuestros objetivos y todo lo realizado en capítulos posteriores para el desarrollo de las siguientes etapas.

### **3.4 Conocer el contexto**

En un segundo espacio se hace un acercamiento al contexto de la Candelaria a una experiencia turística que permita conocer ¿Cuál es la información que recibe un turista cuando visita la zona de la candelaria? ¿Qué información de patrimonio histórico y cultural les interesa al momento de visitar la Candelaria?, esto permite tener un acercamiento a lo que nuestros usuarios buscan al momento de visitar un sector como lo es la Candelaria.

Al realizar la observación de la Candelaria, se permite ver a los turistas, su comportamiento al entrar a una de las iglesias y al salir de ellas, esto permite que desde la parte visual entender su interés al respecto, al tener un acercamiento visual y observar lo anteriormente mencionado, se realiza un acercamiento en el cual se pueda entablar una conversación y saber su opinión al respecto de las iglesias, se hace un cuestionario de alrededor de 15 preguntas

frente a lo que ellos como turistas quieren conocer en la zona de la candelaria, ¿qué interés tienen al respecto del patrimonio histórico y cultural? , entre otras que son mencionadas en la carpeta de anexos, el acercamiento que se lleva a cabo con cada uno de ellos permite tener respuestas en concreto para el acercamiento y la verificación de lo que es la hipótesis de producto y para el producto que fue seleccionado previamente.

### **3.5 Recorrido guiado por el Instituto Distrital de Turismo X3**

Se realiza un recorrido que es propuesto por el instituto distrital de turismo el cual permite tener un acercamiento a lo que es ofrecido y estipulado por esta entidad, el recorrido se dirige desde el parque los periodistas hasta la biblioteca Luis Angel Arango pasando por la Plaza de Bolívar y otros puntos emblemáticos, en el recorrido se encuentran guías que permiten conocer cada una de la historia de estos puntos.

El interés de observar este recorrido es poder reconocer qué tanto énfasis se hace a las iglesias más antiguas y con más historia de la candelaria y que tanta información se brinda sobre el peso histórico que tienen, al ser parte de él se evidencia que principal y únicamente se habla de la Catedral Primada de Bogotá ubicada en la plaza de Bolívar, y el tiempo que se enfatiza sobre su información histórica es de aproximadamente de 10 a 20 minutos.

El ser partícipes y poder observar lo que el Instituto Distrital de Turismo ofrece nos permite tener en cuenta el cómo se puede

llegar a aportar desde el proyecto de Rolling por la Candelaria aquella información que no se brinda o que hace falta proporcionar, desde esta actividad proporciona decisiones importantes tanto en el contenido de la información como en el desarrollo de la misma.

### **3.7 Resultados de los testeos**

En el siguiente apartado se presentan los testeos probados y aplicados, teniendo en cuenta que estos fueron realizados en la zona de la Candelaria frente a cada una de las iglesias, por aquellos turistas que ingresaban y salían de estas mismas, esto siendo aplicadas a quienes tienen algún tipo de interés por conocer una iglesia siendo turistas.

#### **3.7.1 Primer testeo**

##### **3.7.1.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración).**

El primer testeo consiste en un prototipo de papel el cual permitió darle un acercamiento a las personas entrevistadas en la zona de la candelaria, en donde principalmente se les mencionaba sobre que era el proyecto y que tenía como objetivo para que se tuviera un acercamiento a lo que se les presenta en la hoja.

Se toman personas entre 25 a 35 años, en donde después de confirmar su edad y nombre, se continúa con la información que se les proporciona con respecto al proyecto, como segundo

momento se brinda la hoja en la cual se muestra el prototipo de papel en donde se muestra la planificación de lo que sería la aplicación, a ellos se les suministra un esfero en el cual pueden marcar el orden en el que ellos creen que el aplicativo funciona y así mismo su opinión va siendo un aporte, si ellos entienden en donde se va manejando cada cosa, o así mismo si el prototipo de papel muestra que no está siendo claro.

### **3.7.1.2 Evidencias (Percepción del usuario).**

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente en nuestro caso de estudio se presentaron diferentes opiniones y respuestas en los usuarios entrevistados, lo que nos permitió generar nuevas formas de manejo del prototipo y de los wireframes.

Para rescatar lo que se obtuvo de este prototipo de papel fue que se evidencio un poco de perdida en la interfaz inicial del punto de partida, así mismo se mostró interés por conocer un producto que fuera digital y manejable. Así mismo cuando se les pasaba las hojas con el marcador se tomaban la libertad de subrayar las cosas que iban bien como aquellas que no eran tan favorables al momento de navegar por esta interfaz y finalmente nos dimos cuenta que si se entendía el orden en el cual iba a ser manejable, esto brindó la información necesaria y aportó para el desarrollo del segundo testeo.

### **3.7.1 Segundo testeo**

Para este segundo testeo se elabora un prototipo digital que

permite navegar entre las opciones e información, como primer momento al acercamiento del usuario se realiza un Thinkinaloud en donde ellos se sientan cómodos al tomar un celular y así mismo sea de interés su gusto por conocer el patrimonio historico y arquitectonico de las iglesias en la candelaria.

Se realiza un acercamiento de la aplicación donde no intervenimos en la interacción, al contrario escuchamos y vemos cómo el usuario se acerca al producto, escuchamos y escribimos detenidamente la información al respecto de cómo funciona el prototipo o que cosas no ha podido llegar a entender cuando interactúa con el.

Como último momento le preguntamos si tiene alguna recomendación o que le gustaría a él como turista poder conocer en la aplicación, la información, datos e incluso diagramación que él puede llegar a sentir que puede aportar a su experiencia.



*Nota: Imagen de acercamiento al prototipo*

*Fuente: Autoría propia (2023)*

### **3.7.2.2 Evidencias (Percepción del usuario).**

Como respuestas que obtuvimos se presenta una lista que permite tener claridad sobre las cosas que se mencionaron en el testeo como lo es:

1, No se es clara la interfaz al momento de elegir la iglesia, no tiene claridad para conocer qué es un botón y donde se puede elegir para conocer su información

2. Buena aplicación de los colores, se hace entender que es algo antiguo.

3. Como recomendación agregar la opción de proporcionar audios que permitan conocer la historia sin tener la necesidad de sacar el celular.

4. Tener la opción de un menú que permita mover de una manera más libre permitiendo volver de una manera rápida a escoger nuevamente la iglesia.

5. La pantalla donde se mencionan el lenguaje que se puede escoger se permite ver siempre, ya que si me equivocó de idioma no se encuentra botón para devolverlo.

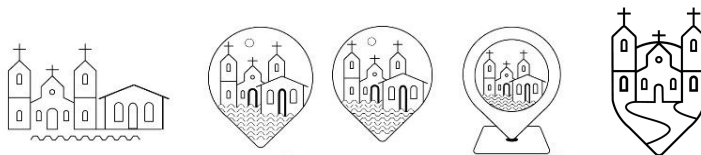
Estos fueron los puntos importantes que se nos permitió conocer por medio de este prototipo, lo que permite tener en cuenta lo que los usuarios piensan y encuentran como errores al prototipo inicial.

### 3.7.3 Testeos adicionales

Se realiza un testeo adicional donde el acercamiento que se tiene es más visual que funciona, así que se permite mostrar diferentes paletas de colores incorporadas en nuestro logo, así mismo diferentes tipografías en las cuales ellos podían escoger cuales de ellas son mejores opciones para la legibilidad y la atención de ellos.

#### 3.7.3.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración).

En base a lo explicado como primer momento se les muestra una opción de logos que permitiera entender para ellos que se habla de iglesias y patrimonio



*Nota: Imagen logos iniciales*

*Fuente: Autoría propia (2023)*

Finalmente el logo que fue elegido por los usuarios ha sido el último donde evidencian la iglesia y algunos comentaban que el camino era una invitación a entrar a ellas.

Como segundo paso se les mostró una propuesta de como sería las variaciones de colores que estaban propuestas para los

logos los cuales fueron los que se ven a continuación.



*Nota: Imagen de la variación de logos*

*Fuente: Autoría propia (2023).*

La respuesta que se toma en común es el primer logo que se encuentra en la última fila, así que se implementan las variaciones de colores y se muestra finalmente el logo de Rolling por la Candelaria.

Como último momento se les muestra la elección de tres tipografías en las cuales se permite conocer al usuario cual es de mejor legibilidad y entendimiento para ser aplicado en la aplicación.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Acumin Variable Concept

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Josefin Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
Bahnschrift

*Nota: Imagen de la variación de tipografías*

*Fuente: Autoría propia (2023)*

Al ser mostradas la que ha sido elegida ha sido la tipografía Josefin Sans ya que la encontraban de buena legibilidad y así mismo daba un poco el estilo antiguo que se consideraba para los turistas. Finalizando así nuestro tercer y último testeó.

### **3.8 Prestaciones del producto**

El producto desarrollado es un aplicativo móvil, que permita a los visitantes de la candelaria conocer sobre el patrimonio histórico y arquitectónico de las cinco iglesias más antiguas del sector y con abundante historia, con el propósito de reconocer estos lugares y

proporcionar la visibilización de la información para los turistas que deseen conocer su historia.

### **3.8.1 Aspectos morfológicos**

Con base en el desarrollo de los testeos, la revisión de requerimientos y limitantes y todos los datos que nos permitió realizar la visual, teniendo en cuenta que tanto texto como colores deben ser de acuerdo a la estética sea coherente a lo que es el proyecto y legibilidad de la aplicación, teniendo una construcción de una interfaz amigable y profesional, donde los botones sean claros y las acciones realizadas sean entendibles y no confusas para el usuario, permitiendo que todos estos aspectos una navegación que cause interés y sea agradable para el usuario.

## **Paleta de colores**



*Nota: Imagen de paleta de colores*

*Fuente: Autoría propia (2023)*

Eligiendo así una paleta de colores que ha sido previamente mostrada a los usuarios y elegida por ellos. Esta paleta permite tener la antigüedad de la estructura resaltando los tonos tierra y

sumergiendo al usuario en lo antiguo de las iglesias de la Candelaria, por medio de nuestros medios multicanales que se presenta por medio de la aplicación y el folleto.

Finalmente la tipografía que así mismo fue elegida previamente y aplicada con los colores que se incluyen en la realización del proyecto.

## De Rolling por la Candelaria

Josefin Sans

ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklmnopqrs  
MNÑOPQRSTUVWXYZ tuvwxxyz

*Nota: Imagen de Elección tipográfica*

*Fuente: Autoría propia (2023)*

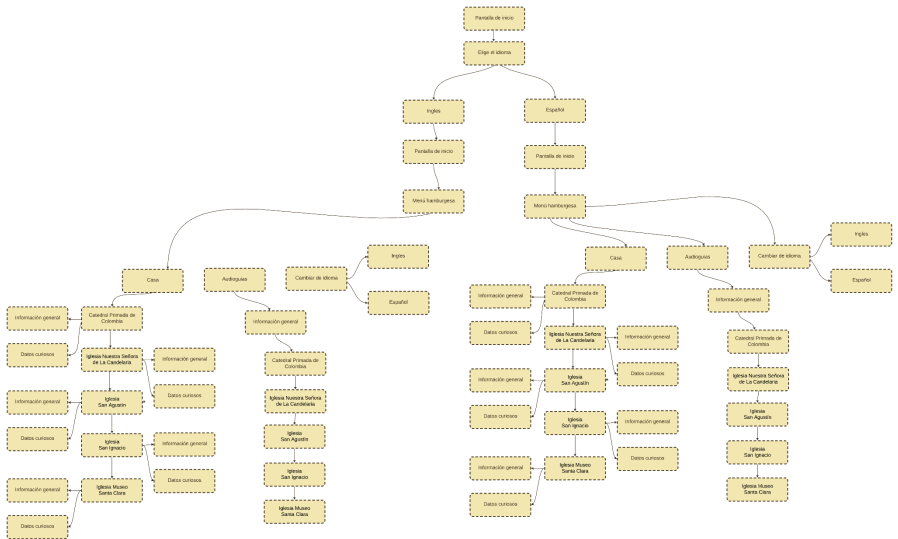
### **3.8.2 Aspectos técnico-funcionales**

El producto necesita de un dispositivo móvil que cuente con acceso a internet y una cámara que cuente con lector QR, tanto para la descarga de la aplicación o la lectura del QR en el folleto, así mismo es necesario que la pantalla cuente con una resolución mínima de 640 píxeles.

### 3.8.3 Aspectos de usabilidad

La usabilidad de ambos productos es clara y sencilla pues debe permitir al usuario moverse a donde el le permita navegar, así mismo poder escoger el idioma y la iglesia que en su momento quiera conocer, esto permite que la usabilidad sea de manera que se pueda saltar de un lado a otro permitiendo al usuario ir a donde quiera conocer de primera mano la información.

Para ello se muestra a continuación la navegabilidad del producto.



**Anexo 8: Mapa de navegación**

*Fuente: Autoría propia (2023)*

## **4. Conclusiones**

### **4.1 Conclusiones**

A lo largo de todo este proyecto se evidencia la respuesta a la problemática por la cual se abordó el proyecto, deja en evidencia el seguimiento de los objetivos generales y específicos que nos permitieron abordar el tema de una manera que permitiera nuestros usuarios comprender y tener la visibilidad del patrimonio histórico y arquitectónico, dejando así a la vista los alcances y limitaciones que se presentaron a lo largo del proyecto, que se permitieron fijar como punto de partida para dar solución a la visibilización del patrimonio histórico y arquitectónico de la candelaria.

Así mismo, se logró proporcionar una respuesta a la pregunta de investigación, el proyecto demostró cómo el diseño digital y multimedia es una herramienta eficaz para fomentar experiencias turísticas enriquecedoras y educativas para el patrimonio de las iglesias seleccionadas en La Candelaria, además los objetivos establecidos para el proyecto se han alcanzado en su mayoría. Se logró crear un prototipo funcional y atractivo que ofrece información histórica y cultural a los turistas, y de los logros más destacados incluyen la creación de una experiencia turística enriquecedora y atractiva, que combina elementos multimedia para fomentar el conocimiento de la historia, el arte y la arquitectura de La Candelaria.

Durante el desarrollo del proyecto, surgieron algunas

sorpresas inesperadas, como lo fue la pérdida de contacto con las instituciones, ya que durante el proceso de desarrollo del proyecto La Alcaldía de La Candelaria estaba por cambiar de gobernador, por lo tanto este cambio de administración generó una falta de comunicación entre la aprobación y el seguimiento del proyecto, dado que no se pueden aprobar cambios o proyectos durante el cambio de Alcaldía, sin embargo, la reacción positiva con la que adoptaron la herramienta fue especialmente alentadora.

## **4.2 Estrategia de mercado**

En el siguiente apartado se muestra la estrategia de mercado, para esto se realiza el modelo Canvas el cual permite dar claridad a la estrategia, en donde se amplía el resultado y la información que se logró conseguir por medio de este modelo.

Para ver detenidamente la gráfica, ver el anexo ().

### **4.2.1 Segmentos de cliente**

Se definió que el cliente será tomado como el usuario principal del producto, ya que desde este punto principalmente crear el valor es para ellos quienes serán los primeros beneficiados en el contenido y aprendizaje de lo que brinda la aplicación, para esto cabe aclarar que se tiene en cuenta el turista internacional y el nacional para los cuales va dirigido de Rolling por la Candelaria.

#### **4.2.2 Propuesta de valor**

La propuesta de valor está dirigida a los turistas interesados específicamente en el patrimonio histórico y arquitectónico, en dónde se interesan principalmente por el contenido que se encontrará en redes sociales donde encontrarán datos relevantes que puedan llamar la atención de los turistas lo cual incentiva al ingreso de la aplicación.

Al ingresar a la aplicación, principalmente se podrán encontrar diferentes gráficas y elementos visuales que aporten al contenido escrito el cual es sobre las cinco iglesias y los datos interesantes que pasan en cada uno, donde se entregará información verídica y llamativa para que el usuario no solamente sienta que está aprendiendo sobre el patrimonio histórico y arquitectónico de las iglesias sino también, el permitirse contemplar acontecimientos históricos que sucedieron en La Candelaria, así mismo, cuando conozcan y crucen por estos lugares se les desbloqueara nueva información.

#### **4.2.3 Canales**

Como canal principal se utilizan las plataformas sociales, en donde permitirá que el usuarios conozca la aplicación de una manera directa, teniendo un conocimiento de lo que es De Rolling por La Candelaria, en estas redes se puede llegar principalmente por videos informativos en la plataforma social Tik Tok, esto dará a conocer la información y así llegar desde este punto a la siguiente

plataforma que es instagram, en donde se permitirá desde un link en la descripción llegar a la aplicación De Rolling por La Candelaria.

Otro canal físico que permitirá a los turistas llegar a la aplicación será por medio de códigos QR con mensajes llamativos que inciten a la descarga de la aplicación y el uso de ella.

#### ***4.2.4 Relaciones con los clientes***

Se brindará una experiencia que permita al usuario sentirse cómodo y agradado con lo que se está manejando, así mismo la interacción de los lugares que está visitando y poder relacionarse con la historia que se permite contar. Creando así también el acercamiento a las iglesias, no solo desde la aplicación como medio de información, sino también el vínculo presencial a ella generando más visitas e interacción con los lugares.

Los usuarios se permiten tener cercanía a la aplicación por medio de la experiencia de usuario y como esta misma le permite estar en cualquier lugar y poder sentir que está conociendo el patrimonio histórico de las iglesias en La Candelaria

#### ***4.2.5 Fuentes de ingresos***

Los ingresos para financiar el proyecto por medio de las promociones que se dará por el Instituto Distrital de Turismo, así mismo en la misma aplicación habrá anuncios que podrían generar ingresos, permitiendo al usuario omitirlos inmediatamente si no

desea verlos. Otra fuente de ingreso es por medio de convocatorias que apoyan a proyectos que incentivan el turismo y el reconocimiento de la zona la Candelaria.

#### **4.2.6 Actividades clave**

El primer paso en las actividades clave es el tener en cuenta que nuestro turismo es independiente y temático sobre lo que es de Rolling por la Candelaria, teniendo esto presente las actividades que se vana realizar, son el manejo de piezas para redes sociales y la difusión, así mismo la creación de campañas llamativas y de expectativa para generar la intriga de las personas y así llamar su atención, luego realizar el prototipado y lanzamiento final de lo que es la aplicación de Rolling por la Candelaria y por último efectuar las relaciones estratégicas para la publicidad y promoción de las publicidades.

#### **4.2.7 Recursos clave**

Personal que contribuye tanto para la información como el diseño de la aplicación para que el software funciones y la aplicación sea de fácil entendimiento y posible de manejar para las personas, asimismo para la información que se encuentra al interior de la aplicación que sea corroborada por las personas que tienen mayor conocimiento sobre el patrimonio arquitectonico e historico de la candelaria, finalmente la plataforma en donde estará subida la aplicación para que esta tenga un continuo funcionamiento.

#### **4.2.8 Socios clave**

Nuestro cliente es el Instituto Distrital de Turismo. Se debe tener en cuenta que ellos ofrecen planes de recorridos gratuitos por la zona de la candelaria, estos son promocionados por su pagina y asi mismo por su canal de Whatsapp estos planes serán promocionados en la aplicación donde las personas que se quieran permitir conocer más de la zona la candelaria tengan el conocimiento de ellos, esto causara un impacto positivo a el IDT (instituto distrital de turismo) ya que podra llegar a más personas permitiendo que sea un beneficio tanto para ellos como para la aplicación de rolling por la candelaria.

#### **4.2.9 Estructura de costes**

Los principales costes que se pueden evidenciar es el uso del servidor donde la aplicación será subida, esto ya que se cobra un porcentaje para que continúe allí, los salarios programados para el sitio y las personas que trabajan en la realización de la aplicación actualizaciones y demás mantenimiento que se pueda necesitar, por último el pago de la publicidad para el reconocimiento de la aplicación.

La postulación a la convocatoria liderada por la Corporación Colombia Crea Talento (CoCrea) representa una fuente de ingresos estratégica para el proyecto. A través de esta postulación, el proyecto tiene la posibilidad de obtener financiamiento y respaldo para su desarrollo. Esto puede incluir aportes financieros,

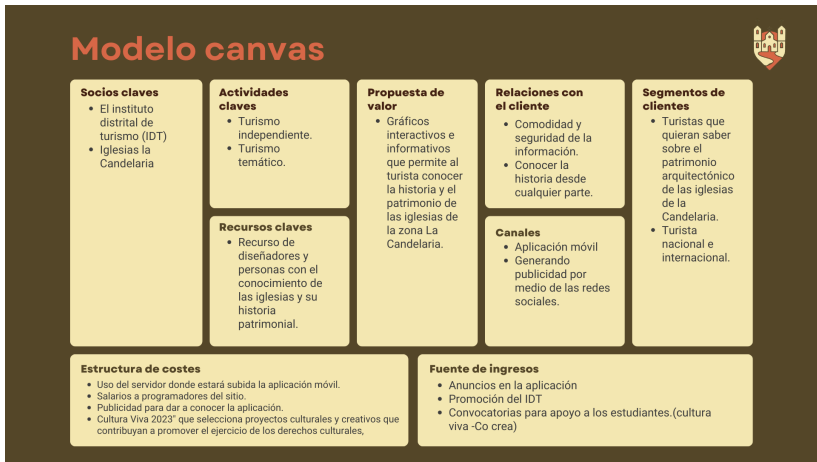
donaciones y deducciones fiscales que permiten la financiación de actividades culturales y creativas.

Además, al ser seleccionado en la convocatoria, el proyecto puede acceder a recursos significativos que contribuirán a su implementación y ejecución. Estos recursos no sólo respaldan la realización de actividades específicas del proyecto, sino que también pueden proporcionar un impulso fundamental para alcanzar los objetivos planteados.

La convocatoria ofrece la oportunidad de unir fuerzas con inversionistas o donantes que comparten un interés en el desarrollo cultural y creativo, lo que fortalece la sostenibilidad y viabilidad del proyecto a largo plazo.

En resumen, la postulación a esta convocatoria no solo representa una fuente potencial de ingresos para el proyecto, sino que también abre puertas a oportunidades de financiamiento, donaciones y deducciones fiscales que pueden impulsar su éxito y contribuir al crecimiento del ecosistema cultural y creativo en Colombia.

## 4.2.9 Canvas



**Anexo 7: Estructura Canvas**  
*Fuente: Autoría propia (2023).*

## 4.3 Consideraciones

Teniendo como finalidad la realización del producto y las consideraciones que conlleva responder a la pregunta problema planteada en el capítulo 2 donde dice: ¿Cómo potenciar por medio del diseño digital y multimedia la visibilidad del patrimonio histórico-arquitectónico de las iglesias ubicadas en La Candelaria por medio del turismo temático que se realiza en el sector? si se puede potenciar por medio de la aplicación de Rolling por la Candelaria pero se tiene que mirar cómo implementar no solamente una idea de contener 5 iglesias antiguas, si no que así mismo se pueda implementar el sector de la candelaria como punto de turismo

hacia el patrimonio Arquitectónico e histórico de la candelaria

## Referencias

- Alcaldía Local de Candelaria. "DIAGNÓSTICO DE LA LOCALIDAD DE LA CANDELARIA JUNIO 7 DE 2020." *Secretaría Distrital de Planeación*, 7 June 2022, [https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/17.\\_la\\_candelaria\\_diagnostico\\_final\\_pdl.pdf](https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/17._la_candelaria_diagnostico_final_pdl.pdf). Accessed 16 April 2023.
- ALCALDÍA LOCAL LA CANDELARIA. "DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCALIDAD DE LA CANDELARIA." *ALCALDÍA LOCAL LA CANDELARIA*, 2019, <http://www.lacandelaria.gov.co/transparencia/informacion-interes/publicacion/estudios/diagnostico-turistico-localidad-la-candelaria>. Accessed 16 April 2023.
- Arango, Catalina, and Loren Valbuena. "¿Hay fiestas sexuales en la localidad de La Candelaria?" *ELTIEMPO.COM*, 3 June 2022, <https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-hay-fiestas-sexuales-en-la-localidad-de-la-candelaria-677290>. Accessed 16 April 2023.
- "CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE TURISMO ÁREA DE CUALIFICACIÓN: TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA-TUHG." *Colombia Aprende*, 31 December 2021, [https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files\\_](https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_)

public/2021-12/caracterizacion-sector-turismo.pdf. Accessed 16 April 2023.

“Diagnóstico turístico localidad la candelaria.” *ALCALDÍA LOCAL LA CANDELARIA*, 2018,

[http://www.lacandelaria.gov.co/sites/lacandelaria.gov.co/files/documentos/diagnostico\\_version\\_final\\_topofilia.pdf?width=800&height=800&iframe=true](http://www.lacandelaria.gov.co/sites/lacandelaria.gov.co/files/documentos/diagnostico_version_final_topofilia.pdf?width=800&height=800&iframe=true). Accessed 16 April 2023.

“EL TURISMO.” *Entrevistas*, 2012,

<http://www.entrevistas.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>. Accessed 16 April 2023.

Esquiaqui, Domingo. “Candelaria el centro histórico.”

*Instituto Distrital de Patrimonio Cultural*, 2011,

<https://idpc.gov.co/publicaciones/descargas/candelariacentro.pdf>. Accessed 16 April 2023.

Hernández, Josep. “EL VALOR DEL PATRIMONIO

HISTÓRICO.” *Complutum Extra*, 1996,

<file:///D:/descargas/ecob,+CMPL9696330215A.PDF>.pdf.

Accessed 16 04 2023.

IDT. “La localidad de La Candelaria certificada como Área

Turística Sostenible.” *Instituto Distrital de Turismo*, 10

November 2022,

<https://www.idt.gov.co/es/la-localidad-de-la-candelaria-certificada-como-area-turistica-sostenible>. Accessed 16 April 2023.

Jiménez, Maria Emma. “Desde la localidad de La Candelaria en Bogotá rechazan turismo sexual.” *Caracol Radio*, 20 May 2022,

[https://caracol.com.co/programa/2022/05/20/6am\\_hoy\\_por\\_hoy/1653049248\\_689158.html](https://caracol.com.co/programa/2022/05/20/6am_hoy_por_hoy/1653049248_689158.html). Accessed 16 April 2023.

“La localidad de La Candelaria certificada como Área Turística Sostenible.” *Instituto Distrital de Turismo*, 10 November 2022,

<https://www.idt.gov.co/es/la-localidad-de-la-candelaria-certificada-como-area-turistica-sostenible>. Accessed 16 April 2023.

“memorias\_4to.Precoloquio\_Diseño\_y\_Creación.” *Maestría en Diseño y Creación Interactiva*, 2018,

[https://maestriadiseño.artesyhumanidades.ucaldas.edu.co/wp-content/uploads/2019/03/memorias\\_4to.Precoloquio\\_Diseño\\_y\\_Creación.pdf#page=118](https://maestriadiseño.artesyhumanidades.ucaldas.edu.co/wp-content/uploads/2019/03/memorias_4to.Precoloquio_Diseño_y_Creación.pdf#page=118). Accessed 16 April 2023.

Montañez, Paola Andrea. “Reactivación del turismo en Bogotá: un balance desde la institucionalidad y la ciudadanía.” *Plaza Capital*, 16 May 2022,

<https://plazacapital.co/esquinas/6089-reactivacion-del-sector-turistico-de-bogota-un-balance-desde-la-institucionalidad-y-la-ciudadania>. Accessed 16 April 2023.

“OBJETIVO, ESTRUCTURA ORGANICA Y FUNCIONES GENERALES DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.” *Ministerio de Relaciones Exteriores - Normograma [DECRETO\_0210\_2003]*, 2023,

[https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/decreto\\_0210\\_2003.htm](https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/decreto_0210_2003.htm). Accessed 16 April 2023.

“plan de desarrollo local.” *ALCALDÍA LOCAL LA CANDELARIA*, Alcaldía local la candelaria, 2020,

[http://www.lacandelaria.gov.co/sites/lacandelaria.gov.co/files/planeacion/plan\\_de\\_desarrollo\\_compressed.pdf](http://www.lacandelaria.gov.co/sites/lacandelaria.gov.co/files/planeacion/plan_de_desarrollo_compressed.pdf). Accessed 16 April 2023.

Rincón, Alejandro. "Turismo en Colombia – Sitios Turísticos de Colombia – Colombia." *Colombia*, 2020, <https://elturismoencolombia.com/turismo-colombia/tipos-de-turismo-en-colombia/>. Accessed 16 April 2023.

Secretaria social. "La Candelaria - Bogotá." *Integración Social*, 2018, [https://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018\\_La%20Candelaria%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf](https://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018_La%20Candelaria%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf). Accessed 16 April 2023.

seisdeagostouser. "Diseño centrado... ¿En el usuario o en la actividad?" *Seisdeagosto.com*, 15 July 2008, <https://www.seisdeagosto.com/indica/2008/07/2008-07-diseno-centrado-en-el-usuario-o-en-la-actividad/>. Accessed 16 April 2023.

Semana. "El fantasma de la Ópera: así vive la Candelaria la ausencia de turistas." *Turismo Colombia: la incertidumbre del turismo en Bogotá | Coronavirus*, 20 June 2020, <https://www.semana.com/nacion/articulo/turismo-colombia-la-incertidumbre-del-turismo-en-bogota--coronavirus/680222/>. Accessed 16 April 2023.

## **Anexos**

**Anexo A** Hoja de vida Khadijah Ali Ospina. Para ver el archivo, dirijase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1JVyUyb6-3-OTWHRJ4Q-R69nCY3EzImXI?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1JVyUyb6-3-OTWHRJ4Q-R69nCY3EzImXI?usp=drive_link)

**Anexo B** Hoja de vida Mariana Gutierrez Rodriguez. Para ver el archivo, dirijase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1JVyUyb6-3-OTWHRJ4Q-R69nCY3EzImXI?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1JVyUyb6-3-OTWHRJ4Q-R69nCY3EzImXI?usp=drive_link)

**Anexo C** Hoja de vida Gabriel Abdon Villamil Buitrago. Para ver el archivo, dirijase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1JVyUyb6-3-OTWHRJ4Q-R69nCY3EzImXI?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1JVyUyb6-3-OTWHRJ4Q-R69nCY3EzImXI?usp=drive_link)

**Anexo D** Portafolio Khadijah Ali Ospina Para ver el archivo, dirijase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1TOIWzgQ8t6OR1-k7F7dq\\_R51pEv9a8W\\_?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1TOIWzgQ8t6OR1-k7F7dq_R51pEv9a8W_?usp=drive_link)

**Anexo E** Portafolio Mariana Gutierrez Rodriguez Para ver el archivo, dirijase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1TOIWzgQ8t6OR1-k7F7dq\\_R51pEv9a8W\\_?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1TOIWzgQ8t6OR1-k7F7dq_R51pEv9a8W_?usp=drive_link)

**Figura F** Portafolio Gabriel Abdon Villamil Buitrago. Para ver el archivo, dirijase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1TOIWzgQ8t6OR1-k7F7dq\\_R51pEv9a8W\\_?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1TOIWzgQ8t6OR1-k7F7dq_R51pEv9a8W_?usp=drive_link)

**Anexo G** Árbol de problemas. Para ver el archivo, diríjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1dkNpmddOoI69CDL8C9PAhEu-wPd3j9Ef?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1dkNpmddOoI69CDL8C9PAhEu-wPd3j9Ef?usp=drive_link)

**Anexo H** Cuadro de metodologías. Para ver el archivo, diríjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1ja0V-DDLIpdyVBJUIkS0JUAMfJnWSVqB?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1ja0V-DDLIpdyVBJUIkS0JUAMfJnWSVqB?usp=drive_link)

**Anexo I** Línea del tiempo. Para ver el archivo, diríjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1VzGQQwK1IqzhaJ0VLugGEaUfvVWwmn7t?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1VzGQQwK1IqzhaJ0VLugGEaUfvVWwmn7t?usp=drive_link)

**Anexo J** Marco teórico conceptual. Para ver el archivo, diríjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1dV05KYZWfd23Knur0ZSA4LJpVtPY567C?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1dV05KYZWfd23Knur0ZSA4LJpVtPY567C?usp=drive_link)

**Anexo K** Perfil de usuario. Para ver el archivo, diríjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1ucWJHzmaUS\\_kg3GU6AvIBAtVWRIJSAui?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1ucWJHzmaUS_kg3GU6AvIBAtVWRIJSAui?usp=drive_link)

**Anexo L** Árbol de objetivos de diseño. Para ver el archivo, diríjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/10nUIf\\_MuOWM0Ng5bcWD6-JwS3uBK5ICC?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/10nUIf_MuOWM0Ng5bcWD6-JwS3uBK5ICC?usp=drive_link)

**Anexo M** Requerimientos y determinantes de diseño. Para ver el archivo, dirjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1rG3Rp8NLR19Nvqs-vwpuU5L\\_nCYG3Tdp?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1rG3Rp8NLR19Nvqs-vwpuU5L_nCYG3Tdp?usp=drive_link)

**Anexo N** Hipotesis de producto. Para ver el archivo, dirjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1wCt2nwBx28zMeUQ41I805nDNppBQzb1D?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1wCt2nwBx28zMeUQ41I805nDNppBQzb1D?usp=drive_link)

**Anexo O** Canvas. Para ver el archivo, dirjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1U9x4RjUiMh5WLxvb1JUHeDyMqft1ZO ?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1U9x4RjUiMh5WLxvb1JUHeDyMqft1ZO ?usp=drive_link)

**Anexo P Mapa** de Navegación. Para ver el archivo, dirjase al siguiente link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1U9x4RjUiMh5WLxvb1JUHeDyMqft1ZO ?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1U9x4RjUiMh5WLxvb1JUHeDyMqft1ZO ?usp=drive_link)

