

TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario-Diplomado

Vacation Low Cost: prototipo de aplicación móvil para la planeación colaborativa de viajes económicos y la gestión de imprevistos

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias Empresariales

María José Peroza Torres.

Natalia Polo Hernández.

Nombre del tutor del trabajo de grado.

Opción de Trabajo de Grado Seminario-Diplomado.

2026.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, quienes con su apoyo constante han acompañado nuestro proceso académico y personal. También lo dedicamos a los viajeros que buscan cumplir sus sueños de conocer nuevos lugares sin que el presupuesto, la incertidumbre o la falta de orientación se conviertan en barreras para disfrutar experiencias seguras, confiables y significativas.

Agradecimientos

Agradecemos a la Corporación Universitaria Remington por brindar espacios de formación orientados a la innovación, la investigación aplicada y el desarrollo de soluciones tecnológicas con pertinencia social. De igual manera, extendemos nuestro agradecimiento a los docentes y compañeros que aportaron observaciones para fortalecer la idea de negocio y el prototipo Vacation Low Cost. Finalmente, reconocemos el valor de los usuarios potenciales, aliados locales y proveedores turísticos, cuya participación resulta fundamental para validar una propuesta centrada en la experiencia real del viajero.

Tabla de contenido

Resumen.....	5
1. Pregunta orientadora de la búsqueda	6
2. Metodología de búsqueda y construcción de la propuesta.....	6
3. Sustentación teórica de la pregunta.....	8
3.1. Planteamiento del problema.....	8
3.1.1. Proceso metodológico del seminario aplicado al prototipo	9
4. Propuesta de valor y prototipo	9
4.1.1. Mercado objetivo y ecosistema colaborativo.....	11
4.1.2. Modelo de negocio y ventaja competitiva	12
Conclusiones	15
Referencias.....	16
Herramientas de inteligencia artificial utilizadas.....	17
Anexos	18

Resumen

Vacation Low Cost es una propuesta de aplicación móvil orientada a mejorar la planeación de viajes económicos mediante una experiencia digital simple, colaborativa y confiable. El problema identificado se relaciona con tres dificultades frecuentes en los viajeros de presupuesto inteligente: exceso de opciones sin filtros claros de calidad, presupuestos que se salen de control y ausencia de apoyo oportuno ante crisis, cancelaciones o cambios durante el viaje. Frente a esta necesidad, el prototipo plantea una solución basada en un planificador interactivo que combina destino, presupuesto, tiempo disponible y preferencias del usuario; un sistema de información real con alertas sobre clima, precios, eventos y condiciones locales; un módulo Social Travel alimentado por reseñas verificables, mapas colaborativos y recomendaciones de otros viajeros; y un esquema de soporte híbrido que integra chatbot con asistencia humana para resolver imprevistos en menos de quince minutos.

El trabajo fue reestructurado a partir de los comentarios de revisión del docente. Por ello, se actualizaron fuentes asociadas a tendencias recientes del turismo digital, se agregó soporte bibliográfico a las afirmaciones principales, se describió con mayor claridad la metodología de búsqueda y se incorporó el proceso trabajado en el seminario: empatizar con el usuario, definir dolores y oportunidades, idear la solución, prototipar la experiencia, validar la propuesta de valor y estructurar el modelo de negocio mediante herramientas de innovación. Como resultado, se sustenta que Vacation Low Cost puede diferenciarse de agencias tradicionales y plataformas estándar al integrar planeación, validación local, asistencia operativa y monetización diversificada en un mismo ecosistema. La propuesta contribuye a democratizar el acceso a experiencias turísticas, fortalecer proveedores locales y reducir la incertidumbre del usuario antes y durante el viaje.

Palabras clave

Aplicación móvil; turismo inteligente; viajes económicos; economía colaborativa; experiencia del usuario; modelo de negocio canvas.

1. Pregunta orientadora de la búsqueda

El turismo contemporáneo se apoya cada vez más en plataformas digitales que facilitan la búsqueda de destinos, la reserva de servicios, la comparación de precios y la interacción entre viajeros. Esta transformación se relaciona con la digitalización del sector turístico, el crecimiento de los servicios móviles, el uso de datos para personalizar experiencias y la participación activa de los usuarios en plataformas colaborativas (World Economic Forum, 2024; UN Tourism, 2024). Sin embargo, la disponibilidad masiva de información no siempre se traduce en decisiones más sencillas. Para muchos usuarios, especialmente jóvenes adultos, familias y nómadas digitales, planear un viaje económico exige revisar numerosas páginas, comparar alojamientos, validar opiniones, calcular presupuestos, anticipar riesgos y resolver imprevistos durante el recorrido. La literatura sobre experiencia de usuario y comportamiento del consumidor digital advierte que el exceso de alternativas puede aumentar la carga cognitiva, generar fatiga de decisión y disminuir la satisfacción con el proceso de elección (Gretzel et al., 2020; ISO, 2019).

El prototipo Vacation Low Cost parte de una premisa concreta: el usuario no solo necesita reservar, sino planear con confianza. Por ello, la solución propone integrar en una sola aplicación la organización de rutas de acuerdo con presupuesto y tiempo, la consulta de información real sobre precios y clima, la validación social de experiencias, el contacto con proveedores locales y un sistema de asistencia ante crisis. Esta orientación responde a una visión de turismo inteligente, donde la tecnología se usa para personalizar servicios, mejorar la toma de decisiones y construir relaciones más colaborativas entre viajeros, plataformas y actores locales.

Con base en este contexto, la pregunta orientadora del trabajo es: ¿Cómo puede diseñarse un prototipo de aplicación móvil que facilite la planeación de viajes de bajo costo, reduzca la incertidumbre del usuario y fortalezca una red colaborativa entre viajeros y proveedores locales?

2. Metodología de búsqueda y construcción de la propuesta

La metodología utilizada corresponde a una revisión documental de carácter descriptivo y aplicado, articulada con el proceso metodológico desarrollado en el seminario. La revisión documental permitió reunir referentes teóricos y técnicos sobre turismo inteligente, experiencia de usuario, economía colaborativa, plataformas digitales, gestión de riesgos y modelos de negocio.

El componente aplicado permitió convertir esos referentes en decisiones concretas de diseño para el prototipo Vacation Low Cost. Esta combinación evita que el trabajo se limite a una descripción general del producto y permite evidenciar cómo la información consultada se relaciona con el problema, la propuesta de valor y la viabilidad del modelo de negocio.

Las palabras clave utilizadas para orientar la búsqueda fueron: turismo inteligente, smart tourism, travel mobile app, low cost travel, user experience in tourism, collaborative economy, digital platforms, crisis management in travel, mobile application prototype, value proposition canvas y business model canvas. Estas expresiones se combinaron con operadores de búsqueda como AND y OR, por ejemplo: smart tourism AND mobile applications, low-cost travel AND user experience, collaborative economy AND tourism platforms, travel crisis management AND digital assistance y value proposition design AND customer pains.

Las fuentes priorizadas fueron artículos académicos, informes institucionales, documentos técnicos y libros de referencia sobre diseño de servicios digitales, innovación, gestión de destinos turísticos y modelos de negocio. Se privilegiaron fuentes publicadas entre 2021 y 2025 para sustentar tendencias actuales; además, se conservaron algunas fuentes clásicas por su valor conceptual, especialmente en temas de modelo de negocio, propuesta de valor y diseño centrado en el usuario (Osterwalder & Pigneur, 2010; Osterwalder et al., 2014; ISO, 2019). La selección de información tuvo en cuenta cuatro criterios: pertinencia con el problema, actualidad de la fuente, relación con turismo o tecnología móvil y utilidad para explicar la propuesta de valor del prototipo.

Como criterio de transparencia académica, en las fuentes de las tablas, figuras y anexos se identifica la herramienta de inteligencia artificial utilizada y se incorpora el prompt de apoyo correspondiente. Cuando no se conservó el texto literal del prompt original, este se reconstruyó de forma fiel a partir del resultado generado y se señala como “prompt reconstruido”. La selección, revisión y validación del contenido permanecen bajo responsabilidad de las autoras.

El proceso se desarrolló en cuatro momentos, los cuales se evidencian en los apartados posteriores del documento. Primero, se identificaron conceptos centrales y tendencias del turismo digital para formular la pregunta orientadora. Segundo, se analizaron los dolores del usuario y las oportunidades de solución, lo cual se desarrolla en el planteamiento del problema. Tercero, se integró la metodología del seminario, desde herramientas de design thinking hasta el diseño de la propuesta de valor, lo cual se presenta en el apartado de proceso metodológico. Cuarto, se

estructuró el prototipo y el modelo de negocio canvas, cuyos resultados se describen en la propuesta de valor, el ecosistema colaborativo y la ventaja competitiva.

3. Sustentación teórica de la pregunta

3.1. Planteamiento del problema

El problema central que aborda Vacation Low Cost se relaciona con la dificultad de planear viajes económicos sin perder calidad, seguridad ni control financiero. En la presentación del prototipo se identifican tres dolores principales: exceso de opciones sin filtros de calidad, presupuestos que se salen de control y ausencia de soporte ante crisis o cancelaciones. Estos aspectos reflejan una tensión frecuente del turismo digital: aunque existen múltiples plataformas, muchas se concentran en la reserva y no en acompañar integralmente el proceso de decisión, ejecución y solución de imprevistos.

Desde la experiencia del usuario, la abundancia de información puede generar fatiga de decisión. Cuando el viajero encuentra demasiadas alternativas, opiniones contradictorias y precios variables, aumenta la probabilidad de elegir de manera apresurada o insegura. Por esta razón, una aplicación centrada en viajes de bajo costo debe ir más allá de listar servicios: necesita organizar la información, filtrar opciones confiables, mostrar el impacto presupuestal y ofrecer rutas claras para actuar antes y durante el viaje. El diseño centrado en el usuario propone comprender necesidades, contextos, limitaciones y expectativas antes de definir una solución tecnológica; por ello, el prototipo debe evaluarse desde la facilidad de uso, la confianza y la utilidad percibida (ISO, 2019).

El turismo inteligente se entiende como el uso estratégico de tecnologías digitales para mejorar la experiencia turística, generar información útil y conectar de forma eficiente a los actores del ecosistema. Bajo esta perspectiva, Vacation Low Cost no se limita a ser una agencia digital, sino que se plantea como una red de apoyo para el viajero. La aplicación combina datos, comunidad, proveedores locales y asistencia operativa, lo cual responde a una visión de servicio continuo y a la necesidad de reducir incertidumbre durante todo el ciclo del viaje.

3.1.1. Proceso metodológico del seminario aplicado al prototipo

La construcción del prototipo se organizó a partir de una ruta metodológica de innovación aplicada. En primer lugar, se utilizó el enfoque de design thinking para comprender al usuario, reconocer sus frustraciones y convertirlas en oportunidades de diseño. Esta fase permitió identificar que el viajero de presupuesto inteligente no solo busca ahorrar, sino sentirse acompañado, comparar opciones confiables y reaccionar rápidamente ante cambios. En segundo lugar, se definió el perfil del usuario mediante segmentos de mercado y se relacionaron sus dolores con posibles beneficios de la solución. Esta relación se conecta con el diseño de propuesta de valor, el cual busca lograr encaje entre las tareas del cliente, sus frustraciones y las ganancias esperadas (Osterwalder et al., 2014).

En tercer lugar, se idearon los módulos principales de la aplicación: planificador interactivo, información real, Social Travel y soporte híbrido. Cada módulo responde a un dolor específico. El planificador atiende la dificultad para ordenar opciones y controlar el presupuesto; la información real responde a la necesidad de tomar decisiones oportunas; Social Travel fortalece la confianza a partir de experiencias verificables; y el soporte híbrido reduce la sensación de desprotección ante imprevistos. En cuarto lugar, se representó la solución mediante un prototipo visual y se estructuró el modelo de negocio canvas para relacionar segmentos, propuesta de valor, canales, relación con clientes, fuentes de ingresos, recursos, actividades, aliados y estructura de costos.

Este proceso metodológico permite evidenciar la trazabilidad entre el problema, la solución y el modelo de negocio. Además, responde a las observaciones de revisión porque aclara cómo los momentos mencionados en la metodología se desarrollan dentro del documento y cómo la propuesta no surge solo de una descripción tecnológica, sino de una lectura del usuario, del mercado y de las herramientas trabajadas en el seminario.

4. Propuesta de valor y prototipo

La propuesta de valor del prototipo se resume en la promesa de “tranquilidad extrema”: asistencia ante imprevistos en menos de quince minutos, sin importar si el usuario viaja solo. Esta promesa es relevante porque reconoce que el valor de una aplicación turística no se encuentra

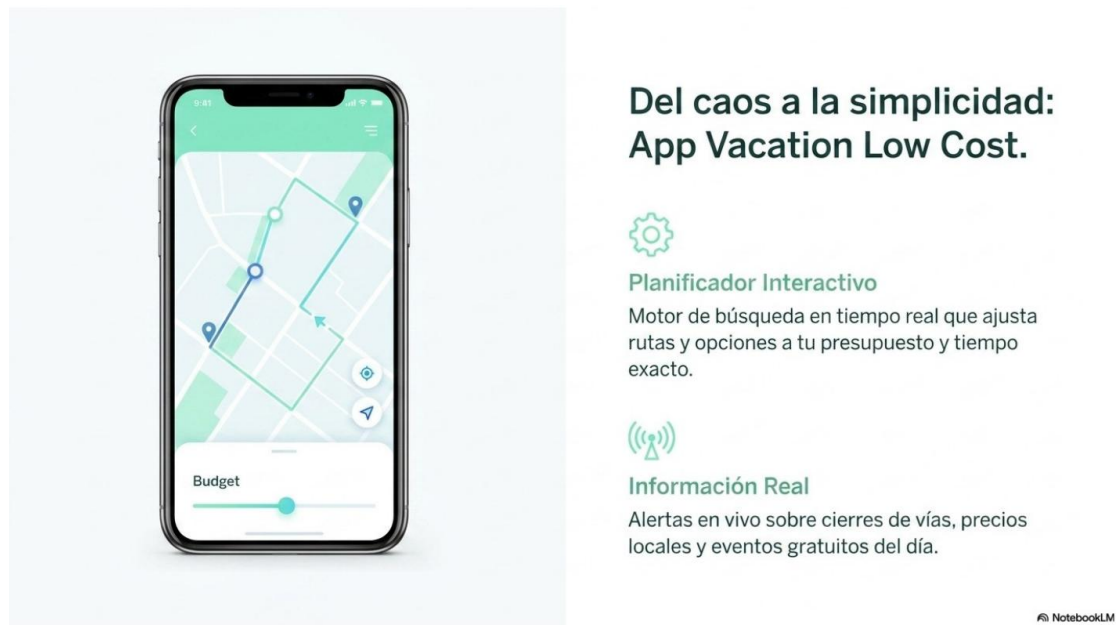
únicamente en encontrar precios bajos, sino en reducir el riesgo percibido y aumentar la confianza del usuario. Para lograrlo, el prototipo articula cuatro funciones principales: planificador interactivo, información real, Social Travel y soporte híbrido.

Tabla 1. Componentes funcionales del prototipo Vacation Low Cost.

Módulo	Función dentro del prototipo	Valor para el usuario
Planificador interactivo	Moldea rutas y opciones según presupuesto, tiempo disponible y preferencias de viaje.	Disminuye la sobrecarga de información y ayuda a controlar el gasto.
Información real	Entrega datos sobre clima, precios locales, eventos gratuitos y alertas del destino.	Permite tomar decisiones oportunas y ajustar el itinerario.
Social Travel	Integra reseñas verificables, mapas colaborativos y recomendaciones de viajeros.	Aumenta la confianza mediante validación social y experiencia compartida.
Soporte híbrido	Combina chatbot de respuesta inmediata con agentes humanos para reasignar o gestionar imprevistos.	Brinda acompañamiento ante crisis, cancelaciones o cambios de última hora.

Fuente: elaboración propia con apoyo de ChatGPT (OpenAI, 2026). Prompt de apoyo: «Organiza en una tabla los cuatro módulos del prototipo Vacation Low Cost, indicando la función de cada módulo y el valor que aporta al usuario».

Figura 1. Vista general del prototipo y módulos iniciales de la aplicación.



Fuente: elaboración propia con apoyo de NotebookLM (Google, 2026).

El prototipo visual presentado muestra una interfaz móvil limpia, orientada a la exploración de rutas mediante mapas y opciones de presupuesto. Esta decisión es coherente con el diseño centrado en el usuario, ya que reduce la complejidad de la navegación y permite que el usuario

visualice su viaje de forma progresiva. Además, la integración de alertas y asistencia sugiere una experiencia de servicio que acompaña al viajero en el momento de la planeación y durante la ejecución del viaje.

4.1.1. Mercado objetivo y ecosistema colaborativo

El mercado objetivo de Vacation Low Cost se compone de viajeros de presupuesto inteligente. La presentación identifica tres segmentos principales: jóvenes adultos entre 20 y 35 años, familias y nómadas digitales. Estos grupos comparten la necesidad de optimizar recursos, pero tienen motivaciones distintas. Los jóvenes adultos buscan maximizar experiencias con presupuesto limitado; las familias priorizan seguridad, logística y control de gastos; y los nómadas digitales requieren datos en tiempo real para decidir dónde vivir y trabajar temporalmente con costos razonables.

Figura 2. Segmentos de mercado objetivo.

Nuestro Mercado: Viajeros de Presupuesto Inteligente



© NotebookLM

Fuente: elaboración propia con apoyo de NotebookLM (Google, 2026). Prompt reconstruido: «Crea una infografía del mercado objetivo de Vacation Low Cost con tres segmentos: jóvenes adultos de 20 a 35 años, familias y nómadas digitales; incluye una breve necesidad de cada grupo».

El ecosistema colaborativo es otro componente central. Vacation Low Cost propone articular proveedores locales, aliados estratégicos y viajeros. Los proveedores locales incluyen pequeños hoteles, hostales, guías turísticos y negocios independientes; los aliados estratégicos pueden ser comercios, operadores turísticos y plataformas de pago; y los viajeros aportan reseñas,

alertas y mapas colaborativos. Esta estructura permite que la aplicación no dependa exclusivamente de inventarios comerciales tradicionales, sino que construya valor mediante participación comunitaria.

Figura 3. Ecosistema colaborativo propuesto para Vacation Low Cost.



Curaduría de contenido por viajeros expertos, para viajeros inteligentes.

AI NotebookLM

Fuente: elaboración propia con apoyo de NotebookLM (Google, 2026). Prompt reconstruido: «Representa el ecosistema colaborativo de Vacation Low Cost con el módulo Social Travel en el centro y conexiones con proveedores locales, aliados estratégicos, viajeros y nómadas digitales».

La economía colaborativa aplicada al turismo ha transformado la forma como los usuarios descubren, evalúan y consumen servicios. En este contexto, las recomendaciones de otros viajeros se convierten en una fuente importante de confianza. No obstante, para que la colaboración sea sostenible, la plataforma debe establecer mecanismos de validación, reputación y control de calidad. Por ello, el módulo Social Travel debe incluir reglas para verificar reseñas, destacar aportes útiles y prevenir información falsa o desactualizada.

4.1.2. Modelo de negocio y ventaja competitiva

El modelo de negocio presentado se fundamenta en tres fuentes de ingresos: comisiones por reserva, suscripciones premium y publicidad local. Las comisiones se aplican por cada hotel, hostel, tour o proveedor contratado mediante el motor de búsqueda. Las suscripciones premium corresponden a un esquema freemium, en el cual el usuario puede acceder a funciones básicas sin costo y pagar por beneficios avanzados, como alertas exclusivas, mayor personalización,

planeación interactiva ampliada o soporte preferencial. Este tipo de lógica permite atraer usuarios mediante una capa gratuita y monetizar a quienes perciben mayor valor en funciones especializadas (Rietveld, 2018; Osterwalder & Pigneur, 2010). La publicidad local permite que negocios independientes destaquen ofertas en el mapa colaborativo y en el feed Social Travel. Esta combinación contribuye a una rentabilidad escalable, porque diversifica ingresos y reduce la dependencia de una sola fuente.

Tabla 2. Relación entre propuesta de valor, usuarios e ingresos.

Segmento	Necesidad principal	Solución Vacation Low Cost	Ingreso asociado
Jóvenes adultos	Viajar más gastando menos.	Rutas económicas, recomendaciones y eventos gratuitos.	Suscripción premium y comisión por reserva.
Familias	Seguridad, logística y presupuesto controlado.	Planificador, alertas y soporte ante cambios.	Comisión por reserva y servicios premium.
Nómadas digitales	Información real sobre costos, clima y conectividad.	Datos en tiempo real y mapa colaborativo.	Suscripción premium y publicidad local.
Proveedores locales	Visibilidad y acceso a viajeros segmentados.	Publicación destacada de ofertas y presencia en mapa.	Publicidad local y comisiones.

Fuente: elaboración propia (2026)

Figura 4. Modelo de negocio propuesto.



Fuente: elaboración propia con apoyo de NotebookLM (Google, 2026).

La ventaja competitiva se encuentra en la integración de funciones que normalmente aparecen separadas. Las agencias tradicionales suelen ofrecer reserva, pero no necesariamente comunidad o resolución rápida de imprevistos. Las plataformas estándar permiten comparar opciones, pero pueden carecer de apoyo operativo y de validación local. Vacation Low Cost se diferencia al reunir planificador por presupuesto, comunidad Social Travel, alertas reales y asistencia híbrida en una misma experiencia. Esta integración fortalece el encaje entre la propuesta de valor y las frustraciones del usuario: reduce incertidumbre, disminuye el tiempo de planeación, mejora la confianza y amplía el acceso a proveedores locales.

Figura 5. Comparación de ventaja competitiva frente a alternativas del mercado.

Ventaja Competitiva: Redefiniendo el estándar.			
Característica	Agencias Tradicionales	Plataformas Estándar	VACATION LOW COST
Planificador de presupuesto interactivo	✗	✓	✓
Comunidad Social Travel y validación local	✗	✗	✓
Alertas de vías y eventos en tiempo real	✗	✗	✓
Asistencia híbrida y resolución < 15 min	⚠ Parcial	✗	✓

Fuente: elaboración propia con apoyo de NotebookLM (Google, 2026).

Para que esta ventaja sea sostenible, el prototipo debe avanzar hacia validaciones con usuarios reales. Algunas métricas clave serían: tiempo promedio para crear un itinerario, porcentaje de usuarios que logran ajustar el viaje a su presupuesto, nivel de satisfacción con las recomendaciones locales, tasa de resolución de imprevistos en menos de quince minutos y número de proveedores locales activos. Estas métricas permiten evaluar si la promesa de tranquilidad y bajo costo se cumple en escenarios reales.

Conclusiones

Vacation Low Cost responde a una necesidad actual del turismo digital: planear viajes económicos de manera confiable, simple y acompañada. La pregunta orientadora permitió comprender que el problema no se limita a encontrar precios bajos, sino a reducir incertidumbre, organizar información y ofrecer respaldo durante el viaje. Por ello, el prototipo tiene pertinencia al integrar planificación, información real, comunidad y soporte operativo.

La reestructuración del documento permitió fortalecer el soporte académico de las afirmaciones principales. Se reemplazaron o complementaron fuentes antiguas con referentes recientes sobre turismo digital, experiencia de usuario y transformación del sector. Asimismo, se aclaró la relación entre la revisión documental y el proceso del seminario, incorporando design thinking, propuesta de valor y modelo de negocio canvas como ruta de construcción del prototipo.

El ecosistema colaborativo propuesto permite vincular a viajeros, proveedores locales y aliados estratégicos. Esta articulación favorece la visibilidad de negocios independientes y, al mismo tiempo, amplía las opciones del usuario con alternativas más cercanas al contexto real del destino. No obstante, el éxito de la plataforma dependerá de mecanismos de validación, reputación y actualización permanente de la información.

El modelo de negocio es viable de manera inicial porque combina comisiones por reserva, suscripciones premium y publicidad local. Esta estructura ofrece posibilidades de escalabilidad, aunque requiere validar la disposición de pago de los usuarios y la participación de proveedores. En consecuencia, el siguiente paso recomendado es desarrollar un producto mínimo viable que permita probar la promesa de asistencia en menos de quince minutos, la utilidad del planificador interactivo y el nivel de adopción del módulo Social Travel.

Referencias

- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). E-tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22, 187-203.
- International Organization for Standardization. (2019). ISO 9241-210:2019 Ergonomics of human-system interaction: Human-centred design for interactive systems. ISO.
- International Organization for Standardization. (2018). ISO 31000:2018 Risk management: Guidelines. ISO.
- Rietveld, J. (2018). Creating and capturing value from freemium business models: A demand-side perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(2), 171-193.
- Mauri, A. G., & Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 99-107.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- Polo Hernández, N., Pedraza Torres, M. J., & García Caicedo, C. F. (2026). *Vacation Low Cost: El viaje de tus sueños, sin el estrés de planearlo [Presentación de prototipo]*. Corporación Universitaria Remington.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
- UN Tourism. (2024). *Tourism on track for full recovery as new data shows strong start to 2024*. UN Tourism.
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024: Insight report*. World Economic Forum.

Herramientas de inteligencia artificial utilizadas

Google. (2026). NotebookLM [Herramienta de inteligencia artificial generativa]. Los prompts específicos se consignan en las fuentes de las figuras y los anexos.

OpenAI. (2026). ChatGPT [Modelo de lenguaje generativo]. Los prompts específicos se consignan en las fuentes de las tablas.

Anexos

A continuación, se presentan elementos complementarios tomados de la presentación del prototipo, útiles para visualizar la propuesta general, la promesa de asistencia, el mercado objetivo y el modelo de negocio.

Anexo A. Portada del prototipo Vacation Low Cost.



Fuente: Polo Hernández, Pedraza Torres y García Caicedo (2026), con apoyo de NotebookLM (Google, 2026). Prompt reconstruido: «Diseña una portada para el proyecto Vacation Low Cost con el lema “El viaje de tus sueños, sin el estrés de planearlo”, estilo institucional y fondo azul».

Anexo B. Flujo de asistencia ante imprevistos.

Nuestra Promesa: Tranquilidad Extrema.

Asistencia ante imprevistos en menos de 15 minutos. Nunca viajas solo.



 NotebookLM

Fuente: elaboración propia con apoyo de NotebookLM (Google, 2026). Prompt reconstruido: «Diseña un diagrama de flujo para la promesa de tranquilidad extrema: crisis en el viaje, evaluación inmediata por chatbot, reasignación y gestión por un agente humano, y resolución en menos de quince minutos».