ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Raíz Digital: Plataforma web que conecta emprendedores turísticos comunitario del distrito de Pachacámac con profesionales creativos independientes para potenciar su presencia digital

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Alison Alexandra Huamani Cama
DNI: 72172594, Perú
Jhoanna Jannire Torrejon Sopla
DNI: 72963362, Perú

ASESOR

Juan Miguel Chunga Chunga
DNI: 74084320, Perú

JURADO

Carlos Abel Dominguez Bautista
Renzo Guido Evans
Paola Margarita Sánchez Mendoza

Lima, Setiembre 2025

Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS - Ra%C3%ADz Digital.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:494841915

Submission Date
Sep 9, 2025, 3:22 AM GMT-5

Download Date
Sep 10, 2025, 10:09 PM GMT-5

File Name
Proyecto de Innovación TLS - Raíz Digital.pdf

File Size
2.6 MB

53 Pages

9,627 Words

59,502 Characters

12% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

9% Internet sources
2% Publications
9% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 4

II. Descripción de la innovación **5**

2.1 Planteamiento del Problema 5

2.2 Población beneficiaria 7

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 9

2.5 Proceso creativo y experimentos 16

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 16

2.5.2 Información sobre el Mercado 18

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 22

2.5.4 Diseño de producto/serviciote 23

2.5.5 Modelo de Negocio 26

2.5.6 Resultados esperados 27

2.5.7 Prototipos desarrollados 28

2.5.8 Experimentos 29

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 34

III. Estimación de costos **35**

3.1 Presupuesto 35

IV. Conclusiones y recomendaciones **37**

4.1 Conclusiones 37

4.2 Recomendaciones 38

V. Referencias Bibliográficas **39**

VI. Anexos **43**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inversión Inicial 35
Tabla 2 *Gatos Operativos Mensuales y Proyección de Ingresos* 36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Arquetipo de Usuario de la Plataforma Raíz Digital* 17
Figura 2 *Flujo Trimestral de Viajes por Turismo en Perú (2019 - 2021)* 20
Figura 3 *Gráfico Circular: Edades* 30
Figura 4 *Gráfico Circular: Confirmación de Ubicación* 30
Figura 5 *Gráfico Circular: Utilidad del Servicio* 31
Figura 6 *Gráfico Circular: Validación de Servicio* 31
Figura 7 *Gráfico Circular: Utilidad del Servicio* 32
Figura 8 *Gráfico Circular: Facilidad de uso de la Plataforma* 32
Figura 9 *Gráfico Circular: Valorización del Servicio* 33
Figura 10 *Gráfico Circular: Interés en el Espacio de Inspiración* 33

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Raíz Digital: Plataforma web que conecta emprendedores turísticos comunitarios del distrito de Pachacámac con profesionales creativos independientes para potenciar su presencia digital

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Raíz Digital: Plataforma web que permite la conexión entre emprendedores turísticos comunitarios del distrito de Pachacámac con profesionales creativos independientes para potenciar su presencia digital" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de actividades de alojamiento y servicios de comida y busca resolver la dificultad de acceso a soluciones de comunicación y marketing digital adaptadas a las necesidades de los negocios en zonas peri urbanas, específicamente en el distrito de Pachacámac, lo que limita sus posibilidades de crecimiento y competitividad frente a otras zonas turísticas más consolidadas y promocionadas, teniendo como población beneficiaria directa a emprendedores o anfitriones locales que ofrecen experiencias gastronómicas y culturales, y a beneficiarios indirectos a profesionales en comunicación y marketing digital, que participan como colaboradores para la prestación de servicios a través de la plataforma.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la

colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en no solo brindar soluciones de visibilidad, sino construir un espacio de aprendizaje y colaboración, donde tanto emprendedores como profesionales participen en el fortalecimiento del turismo comunitario en Pachacámac, se trata de una plataforma web que permite la conexión entre emprendedores turísticos comunitarios del distrito de Pachacámac con profesionales creativos independientes para potenciar su presencia digital, los emprendedores ingresan a la plataforma, acceden a un paquete de servicios o elige un servicio personalizado, después de ello, la plataforma se encarga de seleccionar al perfil más adecuado para el proyecto, presenta el plan de trabajo al emprendedor y bajo la confirmación y pago a la plataforma, se da inicio al proyecto. Con acceso bajo suscripción, la plataforma te brinda recursos potenciadores para una continua mejoría en la visibilidad digital de estos negocios, como podcasts, lecturas, información de ferias, webinars con especialistas, entre otros. Esta solución se desarrolla dentro del enfoque de triple balance: En ámbito social, busca reducir la brecha digital de estos negocios, fortaleciendo su visibilidad y competitividad. En el ámbito económico se presenta como un potenciador de crecimiento que es beneficioso tanto para los emprendedores como los

profesionales. Y por último en lo ambiental, busca resaltar las prácticas sostenibles, valorando los recursos locales y culturales.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de la plataforma web Raíz Digital. El primero, de baja fidelidad, elaborado en base a wireframes, con la finalidad de validar la interfaz, el flujo de registro, procesos básicos de navegación y contratación de servicios. El segundo, de alta fidelidad, realizado en Figma, integró el diseño visual más completo y con gráficos más detallados, con el fin de validar la experiencia del usuario en un contexto más cercano a la implementación real del servicio. Las pruebas se realizaron de manera presencial con usuarios potenciales para adquirir estos servicios. Se les brindó el prototipo de alta fidelidad para que puedan navegar y explorar la plataforma, comprender la finalidad del servicio y los beneficios para la visibilidad digital de sus negocios. Mencionan que les pareció interesante la propuesta, ya que sienten angustia al no saber que hacer para llegar a más personas.

Se concluye que la solución propuesta, el planteamiento y desarrollo del proyecto Raíz Digital ha permitido identificar una oportunidad de solución a la problemática identificada sobre escasa y limitada visibilidad, y la dificultad de encontrar acceso a servicios de comunicación y marketing especializados, que enfrentan los emprendedores turísticos y gastronómicos del distrito de Pachacámac y se recomienda continuar con un proceso de mejora continua de la plataforma, como incorporar tutoriales breves o materiales didácticos que expliquen el funcionamiento y beneficios del servicio. Asimismo, fortalecer el apartado de “Inspiración”, para que ayude a mantener a emprendedores como profesionales en una constante navegación y permanencia en la plataforma. Realizar evaluaciones periódicamente

para analizar los servicios brindados en la plataforma, mediante encuestas o métricas para mejorar de manera constante la experiencia de los usuarios. Establecer alianzas con instituciones educativas, organizaciones del sector turístico y gastronómico, y entidades que contribuyan a la masificación del proyecto. Hacer una proyección de expansión hacia otras comunidades rurales y periurbanas, para la escalabilidad del proyecto y la posibilidad de consolidar a Raíz Digital.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El Turismo Rural Comunitario (TRC) tiene una antigüedad en el Perú aproximadamente desde el 2007, el cual tiene como principal objetivo fomentar el desarrollo turístico competitivo y sostenible en comunidades rurales del país. Este tipo de turismo, de gran importancia y relevancia en el país, permite impulsar y generar el desarrollo en zonas que ofrecen la conexión entre naturaleza, cultura e historia, aprovechando así los recursos propios del entorno para poder brindar una experiencia única a cada visitante. Dentro de sus principales objetivos se encuentra el involucrar activamente a las comunidades locales en la gestión y desarrollo de actividades, fortaleciendo y beneficiando directamente a cada uno de sus miembros (Ticse-Villanueva et al., 2022).

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023), el 80% de la oferta turística en el país se desarrolla en zonas rurales y periurbanas, dentro de la cual el Turismo Comunitario, reconocido por sus características únicas, contribuye con un 12% al empleo en dichas zonas, lo cual representa y refuerza su importancia para quienes dependen directamente de actividades dentro de este sector, así como el

desarrollo económico y social de la comunidad. Además, este modelo de turismo permite fortalecer y promover la identidad cultural en zonas rurales, asegurando la preservación de recursos naturales y culturales para futuras generaciones.

Asimismo, un estudio indica que, al implementar estrategias con el objetivo de reforzar capacidades, infraestructura ecológica y alianzas estratégicas, no solo se logra que cada comunidad aproveche óptimamente sus recursos naturales, sino que también promueve el compromiso de valoración, respeto y conservación del patrimonio. Esto nos permite centrar un enfoque que potencie la competitividad del destino, diversifique visitantes y permita asegurar beneficios sostenibles para la comunidad (Belupu Marchan et al., 2024 p. 6).

Bajo este contexto, el distrito de Pachacámac, ubicado al sur de Lima, se presenta como un lugar potencial para analizar desafíos y oportunidades del Turismo Rural Comunitario, pues alberga en su entorno riqueza cultural, paisajística y gastronómica. Resaltando que las iniciativas turísticas en la zona han contribuido a dinamizar la economía local, generando nuevas fuentes de ingreso y empleo que permiten la interacción con la cultura local. (Torres et al., 2021, como se citó en Flores Flores & Ramirez Coronado, 2024). Teniendo en especial consideración el factor de la gastronomía, la cual ha estado vinculada históricamente a la oferta turística; en particular, en la actualidad, el turismo gastronómico ha tomado un rol más consolidado al juntar prácticas sostenibles desde la producción de insumos hasta los servicios de hospitalidad. Esto genera un efecto positivo que se muestra de manera consecuente en la comunidad local (BBVA, 2023).

II. Descripción de la innovación

Dentro de este capítulo se describe el proyecto de innovación planteado, detallando aspectos que permiten la comprensión de su finalidad y pertinencia.

2.1 Planteamiento del Problema

En la ciudad de Lima, el problema se encuentra en la predominancia turística en destinos urbanos ya consolidados y tours tradicionales, que abarcan zonas como las del Centro Histórico, el cual hace poco fue reconocido en la categoría 4 por el MINCETUR (Santiváñez O'Besso, 2024).

Distritos como Miraflores, Barranco y San Isidro, también atraen a visitantes por naturaleza, con una propuesta cultural y gastronomía excepcional bastante reconocida a nivel mundial, de la cual también se rescata la seguridad que proporcionan estas zonas.

En contraste con la realidad turística urbana consolidada, el turismo comunitario en zonas rurales y periurbanas de Lima, especialmente en zonas como Pachacámac, no se ha visto plenamente explotado. Como señala García Chumique (2018), a pesar de que los inventarios turísticos realizados identifican recursos valiosos en Pachacámac, este potencial no se aprovecha, y esto se refleja en la brecha entre los recursos disponibles y los beneficios percibidos por parte de los pobladores. En 2019, el distrito de Pachacámac recibió 165 105 visitantes aproximadamente, esta cifra se redujo a 21 232 en 2020, lo que significa una reducción notable del 87% post pandemia (El Comercio, 2021). A pesar del reconocimiento de que la zona cuenta con gran potencial turístico en patrimonio paisajístico, tradición cultural y gastronomía, ello no se evidencia en un alto flujo de visitantes. Esta desconexión entre recursos potenciales y afluencia turística llama a la necesidad de estrategias de

promoción más efectivas, que permitan y ayuden a posicionar la zona y sus atractivos como un destino competitivo y de valor dentro de la oferta turística nacional.

En Perú, aproximadamente el 75% de emprendimientos utilizan herramientas digitales, mientras el 25% restante aún se retiene a utilizarlas, lo cual hace evidente una desigualdad importante. (Cámara de Comercio de Lima [CCL], 2023).

Además, factores como la limitada infraestructura digital y las debilidades institucionales siguen afectando en la exclusión digital de los emprendedores rurales, así mismo dificultando el uso efectivo de herramientas tecnológicas para potenciar los negocios (Instituto de Estudios Peruanos [IEP], 2022).

Esto confirma la urgente necesidad de empezar a crear iniciativas que fomenten el uso de herramientas digitales, con el fin de incrementar la visibilidad digital de los negocios en entornos virtuales, y propiciar un entorno más competitivo, donde los emprendedores puedan diversificar sus oportunidades, y mejorar el aspecto económico y social sostenible, tanto de manera particular como de sus comunidades.

El presente proyecto surge para fomentar de manera positiva y provechosa el uso de medios digitales, y conseguir promover y dar a conocer estos negocios ubicados en Pachacámac que ofrecen experiencias turísticas y gastronómicas con gran potencial. Se busca conectar a este conjunto con una solución que les permita recurrir a acciones estratégicas y planificadas para visibilizar e impulsar su presencia digital. De igual manera, permitiéndoles adquirir los servicios de manera flexible y adaptada según necesidades y demandas específicas de manera particular, buscando así generar un impacto sostenible en su crecimiento, fortalecer su competitividad digital y su posicionamiento.

Asimismo, el proyecto busca alinearse a cumplir con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 10: Reducción de las desigualdades, el cual busca promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su condición, contribuyendo así a promover un desarrollo más equitativo en el mercado. El objetivo de reducir desigualdades implicaría el desarrollo de soluciones que se alineen a fortalecer la competitividad y construir oportunidades de crecimiento.

2.2 Población beneficiaria

Beneficiarios directos. La población beneficiaria directa del proyecto se conforma por emprendedores turísticos comunitarios, principalmente relacionados con el rubro gastronómico, ubicados en el distrito de Pachacámac. Estos se caracterizan principalmente por ofrecer experiencias turísticas ricas en cultura, historia, gastronomía, paisajes y actividades vivenciales. Son gestores de pequeños y medianos negocios, entre los que se incluyen negocios como restaurantes bio turísticos, fincas de bio agricultura, restaurantes campestres recreativos, entre otros.

Son iniciativas o negocios de naturaleza familiar o comunitaria, los cuales buscan preservar prácticas y conocimientos generacionales, y enfrentan limitaciones para acceder a canales de promoción digital, atraer nuevos visitantes y competir en igualdad de condiciones frente a la oferta turística consolidada de Lima Metropolitana. Hablamos de un rango de edad entre los 25 y 55 años, con niveles educativos distintos y con acceso lento y bastante limitado en cuanto a marketing digital, gestión y creación de contenido, promoción en redes sociales, entre otros.

La selección de este grupo objetivo se da gracias a que concentra un gran potencial de crecimiento económico y social, brindándoles la oportunidad de contar con herramientas y

conexión con profesionales creativos que fortalezcan su visibilidad en el entorno digital, los ayude a ampliar su mercado, diversificar sus visitantes y mejorar sus ingresos dándoles estabilidad económica, alineado con el cumplimiento del ODS 10 (10.3) que plantea la contribución a la reducción de desigualdades.

Beneficiarios indirectos. Dentro de los beneficiarios indirectos del proyecto, se encuentran los profesionales creativos independientes, con capacidades relacionadas con los ecosistemas digitales. Este grupo se compone de profesionales con afinidad en creación de contenido, marketeros, videógrafos, gestores de redes sociales, entre otros afines. Son perfiles con capacidades híbridas que buscan desarrollarse en el ámbito profesional mediante oportunidades de colaboración e impacto. Se caracterizan por encontrarse en constante búsqueda de la ampliación de su cartera de clientes y se enfocan en proyectos que se adapten a sus competencias individuales y tiempos. Valoran experiencias que les permitan extender su portafolio profesional y tienen un interés en participar en iniciativas que se relacionen a lo social o cultural, ya que de esta manera no solo generan ingresos económicos, sino a la vez reconocimiento y aporte a la comunidad.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2. 3. 1 ***Objetivo general.*** Fortalecer la presencia digital y la competitividad de emprendedores turísticos comunitarios de zonas periurbanas de Pachacámac, mediante una plataforma web digital que permita la conexión con profesionales creativos, y fortalezcan el desarrollo de estrategias de promoción y posicionamiento que incentiven el crecimiento económico local y reduzcan las desigualdades en cuanto acceso a oportunidades.

2.3.2 ***Objetivos específicos. O1.*** Explorar y describir la situación actual en entornos digitales de los emprendedores turísticos comunitarios de Pachacámac y el nivel de oportunidad de creación de una propuesta digital ajustada a su realidad y contexto local.

O2. Establecer la estructura integral de un servicio que facilite la conexión entre emprendedores turísticos comunitarios de Pachacámac y profesionales creativos en comunicación y marketing digital.

O3. Diseñar de manera conceptual y operativa el prototipo de una plataforma web digital que muestre el modelo de servicio, integrando elementos esenciales para la contratación de servicios que aporten y fortalezcan la promoción digital, a la diversificación de visitantes y mejoría de ingresos del público beneficiario.

2.4 Marco referencial

Se presentan antecedentes y estudios previos que respaldan y sirven como sustento para el diseño e implementación de un espacio que impulse y fortalezca la presencia digital en favor de negocios que ofrecen experiencias turísticas.

Cachay Olivera, N. G., & Espino Blair, C. L. (2020) desarrolló la tesis titulada *La importancia de la Gestión Estratégica para la habilitación de la Transformación Digital en empresas del Sector Turismo en el Perú,* para optar por el grado académico de bachiller en Gestión en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

La investigación tuvo como objetivo examinar la brecha que se presenta entre el uso de la gestión estratégica y el seguir procesos de transformación digital en negocios del sector turístico. Busca identificar las limitaciones que frenan la integración de herramientas digitales

y cómo estas afectan la competitividad general en el sector. Se revisaron conceptos como transformación digital, cambio cultural, modelos de negocio y tendencias del turismo, con el fin de desarrollar el marco teórico. Además, se señala que, dentro de las principales características, a un nivel operativo, se implica que la transformación digital busca mejorar la eficiencia y la visibilidad en el mercado, con el fin de fortalecer la productividad del negocio. Las conclusiones mostraron que, si bien existe un interés real por el uso de herramientas digitales, muchos negocios lo hacen de una manera aislada y sin una estrategia que respalde adecuadamente, lo cual provocaría que los beneficios de la digitalización se vean desaprovechados. En este contexto, el estudio concluye señalando la importancia de una conexión entre el uso de herramientas digitales con la gestión estratégica para obtener cambios sostenibles y duraderos.

Este trabajo aporta a la propuesta de servicio establecida con la evidencia de la necesidad de acompañar a los emprendedores turísticos no solo con el acceso a recursos tecnológicos, sino con apoyo estratégico para que este sea utilizado de manera coherente en la promoción efectiva y posicionamiento digital de sus negocios.

Paredes Hidalgo, J. S. (2021) desarrolló la tesis titulada *Marketing digital como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro recreos turísticos, distrito de Yarinacocha, Pucallpa 2021,* para obtener el título profesional de licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El trabajo se centró en estudiar el rol del marketing digital como un factor clave para la sostenibilidad de micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector de servicios,

específicamente en el rubro de recreos turísticos de Yarinacocha, en la ciudad de Pucallpa. Dentro de sus objetivos se planteó el determinar de qué manera el uso de herramientas digitales ayudaba a mejorar la continuidad y competitividad de los negocios en el mercado local. El estudio plantea que las Mypes, al no contar con estrategias de promoción digital, se encuentran con complicaciones para enfrentarse a la competencia del mercado. Por ello, es necesario fortalecer el uso de herramientas digitales, con especial énfasis en una comunicación coherente, la promoción de servicios y la visibilidad en el mercado local.

Esta investigación resulta relevante, ya que muestra la relación directa entre la adaptación de estrategias digitales y la capacidad de las Mypes para ser sostenibles durante el tiempo. Es así, que se respalda la idea del diseño de una plataforma que no solo sirva de conexión, sino también para proporcionar un desarrollo concreto de servicios especializados para mejorar su visibilidad y atracción de clientes.

Camba et al. (2024) desarrolló el estudio titulado *Transformación digital en los emprendimientos de la economía popular y solidaria del cantón Machala, 2023,* para la Revista Ñeque.

El artículo presentado en la revista Ñeque se enfoca en analizar cómo la transformación digital se muestra como factor fundamental para los emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria (EPS) en Machala, Ecuador. Se reveló que, a pesar de la creciente digitalización, el nivel de integración completa de soluciones digitales aún se presenta de manera limitada y desigual entre los negocios. También se muestra que los emprendedores reconocen beneficios claros en el proceso de digitalización, como mayor eficiencia, mejores oportunidades para ampliar su alcance y competitividad. Sin embargo,

enfrentan algunas dificultades, entre la que se encuentran la falta de financiamiento, la escasa formación tecnológica y una necesidad por acompañamiento especializado en el proceso. Estas barreras no solo generan que la adopción digital se vea desacelerada, sino que también expande la brecha entre quienes sí logran aprovechar oportunidades ligadas a lo digital y quienes se quedan retrasados durante el proceso

Este antecedente también resulta valioso para el presente proyecto, pues aporta a la idea de que la presencia digital de los negocios no se basa únicamente en el acceso a herramientas digitales, sino también en la presencia y apoyo estratégico que permita que los emprendedores saquen el máximo provecho de ellas para su crecimiento. En este sentido, resulta coherente el plantear propuestas que puedan permitir que estos emprendedores se acerquen y conecten con profesionales que les puedan brindar soluciones sostenibles y adaptadas a su contexto, aportando así a fortalecer su visibilidad y posicionamiento en el mundo digital.

Jiménez López, M. (2025) desarrolló la tesis titulada *Proyecto de emprendimiento Comuconecta,* para optar por el título de Comunicadora Social en la Universidad Cooperativa de Colombia.

El trabajo tuvo como enfoque el diseño de una plataforma digital, denominado Comuconecta, que permite la conexión entre organizaciones que demandan servicios de comunicación y estudiantes en formación o profesionales en áreas como diseño gráfico, publicidad y comunicaciones. El objetivo principal es comprender cómo la plataforma diseñada podría resolver esa desconexión entre quienes ofrecen y quienes buscan servicios de comunicación. El proyecto presenta un análisis de la competencia y del mercado, donde se reconoce que plataformas generales existentes son útiles, pero no llegan a satisfacer de forma

adecuada las necesidades que busca el sector de la comunicación. La investigación permitió identificar demandas dentro del sector como la valoración de empresas por encontrar perfiles requeridos, ahorrando tiempo y procesos extensos. Y, por otro lado, los usuarios en búsqueda de oportunidades destacan que un espacio especializado e intuitivo sería beneficioso para encontrar trabajos freelance y gestionar proyectos. Estos hallazgos reforzaron la propuesta de la plataforma como una solución viable, útil y como impacto, capaz de ser un medio efectivo para ambas partes.

Esta investigación aporta con gran utilidad, ya que visibiliza un precedente de iniciativas similares, que buscan conexión entre actores mediante el uso de una plataforma digital, resaltando la importancia de la adaptación a las necesidades reales del mercado. Asimismo, muestra que la creación de un espacio digital enfocado en nichos específicos permite la eficiencia de búsqueda de servicios, y a la vez promueve oportunidades laborales.

Se desarrollan las consideraciones teóricas que permiten enriquecer y fortalecer el sustento del proyecto, dentro de los siguientes conceptos que colaboran al marco referencial:

Turismo comunitario. El turismo comunitario se percibe como una manera vivencial de ir más allá de la oferta convencional de servicios turísticos, al poner en primer lugar a miembros de la comunidad como gestores, planificadores y beneficiarios. En el caso de Perú, este enfoque ha tomado fuerza como alternativa única para los visitantes, al mismo tiempo que refuerza la identidad local y abre oportunidades de desarrollo sostenible para los miembros de la comunidad (Barzola, 2025). En este sentido, el presente proyecto se alinea con la finalidad del turismo comunitario, pues busca ofrecer a los emprendedores de Pachacámac el acceso a herramientas que les permitan posicionar y visibilizar sus negocios,

ampliando así las oportunidades de crecimiento y generar un impacto de manera económica, cultural y sostenible.

Marketing digital. El marketing digital representa la base o herramienta clave para que los emprendedores puedan posicionar y visibilizar sus negocios a un mercado más amplio. A través de estrategias digitales bien diseñadas por profesionales en el ámbito, es posible no solo atraer más visitantes, sino también reflejar la propuesta única de cada emprendimiento de una manera diferenciada y auténtica que destaque la experiencia diferenciada y la riqueza que ofrecen, generando así mayor impacto y cercanía con su público potencial. Es así que Chunque (como se citó en Lozano-Torres et al., 2021) sostiene que el marketing digital cumple un rol fundamental, ya que busca afinar y lograr de manera óptima la posición de los negocios en los mercados, además de fortalecer la presencia digital para lograr mayor notoriedad frente a los consumidores. Es por ello, que resulta pertinente el implementar y fortalecer la visibilidad digital mediante estrategias adaptadas al contexto local, que permita que los emprendedores turísticos de Pachacámac puedan mejorar su competitividad e integrarse y adaptarse de manera más activa y adecuada a la realidad actual del mercado, potenciando así su desarrollo económico y local.

Creación de contenido. La creación de contenido ha tomado relevancia en los últimos años y ha marcado un antes y después en la relación de las marcas con los clientes. Es necesario adaptarse a la comunicación efectiva que conlleva realizar contenido para un público específico, a la vez que mostrarles contenido que sea adaptado y permita la conexión con este. Borja (2021) sostiene a la creación de contenido como importante y sus principales ventajas son el permitir la diferenciación de la competencia y la generación de identificación con el cliente. Asimismo, el contenido generado fortalece la empatía y la conexión con los

usuarios, dando paso a que la percepción de la marca vaya más allá de lo transaccional y se convierta en una experiencia más significativa.

Dentro del contexto del servicio se encuentra como principal factor la creación de piezas adaptadas y compartidas de manera segmentada hacia el público potencial del negocio de los emprendedores, los cuales se verán beneficiados al construir y potenciar sus redes sociales bajo su propio contexto.

Plataformas web. En la actualidad, las plataformas digitales se han convertido en un medio importante para conectar la oferta y demanda en diversas áreas económicas. Los usuarios pueden acceder de manera rápida, flexible y adaptada a sus necesidades. Según Poell et al. (2022), la plataformización no solo se limita al espacio y soporte digital, sino que también redefine la economía, la regulación y prácticas culturales en distintos sectores sociales.

En el caso de Raíz Digital, esta perspectiva cobra relevancia, pues la plataforma web se busca establecer como una herramienta habilitadora que permite la conexión de emprendedores con profesionales creativos de una manera estratégica y personalizada, para fomentar relaciones de confianza y ofrecer un espacio de colaboración. De esta manera, la plataforma no solo busca impulsar la visibilidad digital de estos negocios, sino a su vez planea contribuir al impacto económico, cultural y ambiental.

2.5 Proceso creativo y experimentos

En esta sección se presentan las etapas desarrolladas para construir y dar forma a la propuesta de servicio, desde la representación del arquetipo hasta la elaboración de prototipos.

1.5.1 Información sobre el usuario(s)

Para entender con mayor claridad las necesidades, características y motivaciones de la población beneficiaria, se desarrolló un arquetipo que representa al usuario principal, teniendo como información base entrevistas y observación directa en campo de estudio. En este arquetipo podemos observar de manera clara y sintetizada a quién enfocamos la propuesta, lo cual permitirá tomar decisiones centradas en sus necesidades reales.

Para representar al arquetipo, contamos con María Gómez, una anfitriona local de un restaurante bio turístico en Pachacámac, quien representa a los emprendedores pertenecientes a zonas periurbanas que buscan fortalecer su presencia digital con el objetivo de atraer un mayor número de visitantes y generar así un mayor impacto económico y social, en este contexto, específicamente en el distrito de Pachacámac.

Figura 1

Arquetipo de Usuario de la Plataforma Raíz Digital



Nota. La figura muestra datos clave referente al público beneficiario

La investigación de campo y de escritorio reveló que, aunque existe un interés por mejorar la visibilidad y desarrollo de los negocios y emprendimientos, y se reconoce la importancia de los medios digitales como oportunidad para lograr ello, aún no se registra un aprovechamiento notable o significativo en el uso de herramientas digitales disponibles. Esto se debe, en parte, a que los emprendedores en muchos casos cumplen múltiples funciones en sus negocios y cuentan con un tiempo limitado para dedicarse también a la gestión digital, además de no contar con apoyo capacitado permanente que los guíe o realice las acciones que permitan el posicionamiento digital. Esto refuerza la oportunidad de desarrollar una

solución para ayudar y facilitar a estos usuarios el mayor aprovechamiento de sus canales digitales con apoyo y asistencia profesional bajo la demanda que presenten.

1.5.2 Información sobre el Mercado

El distrito de Pachacámac tiene un gran potencial turístico que se puede sustentar en la variedad de sus recursos naturales, culturales y gastronómicos. Entre las opciones de prestadores turísticos se encuentra una diversidad de tipos de servicios, entre ellos podemos encontrar restaurantes, hospedajes, viñedos, venta de postres, artesanía o productos orgánicos (Municipalidad de Pachacámac, 2021). Pero, la visibilidad de estos negocios dentro del circuito turístico de Lima sigue siendo muy limitada, lo que hace difícil su posicionamiento a comparación de otros destinos mejor consolidados, pues muchos de estos emprendimientos carecen de estrategias claras de promoción y se basan principalmente de una recomendación boca a boca o de redes sociales usadas de manera básica e intuitiva.

Según el Informe Final de Presupuesto Participativo, el objetivo N° OET. 04 es “Mejorar la posición del destino Pachacámac en el circuito turístico en Lima”. Este lineamiento planteado por la Municipalidad de Pachacámac nos da a entender que se presenta la oportunidad en el mercado para implementar soluciones digitales que ayuden a fortalecer la promoción y competitividad de los emprendedores locales. En este contexto, Raíz Digital busca contribuir a esta necesidad mediante una solución que permita

mayor visibilidad digital, atraiga más visitantes y dinamice la economía local alineándose con el objetivo deseado (Municipalidad Distrital de Pachacámac, 2025).

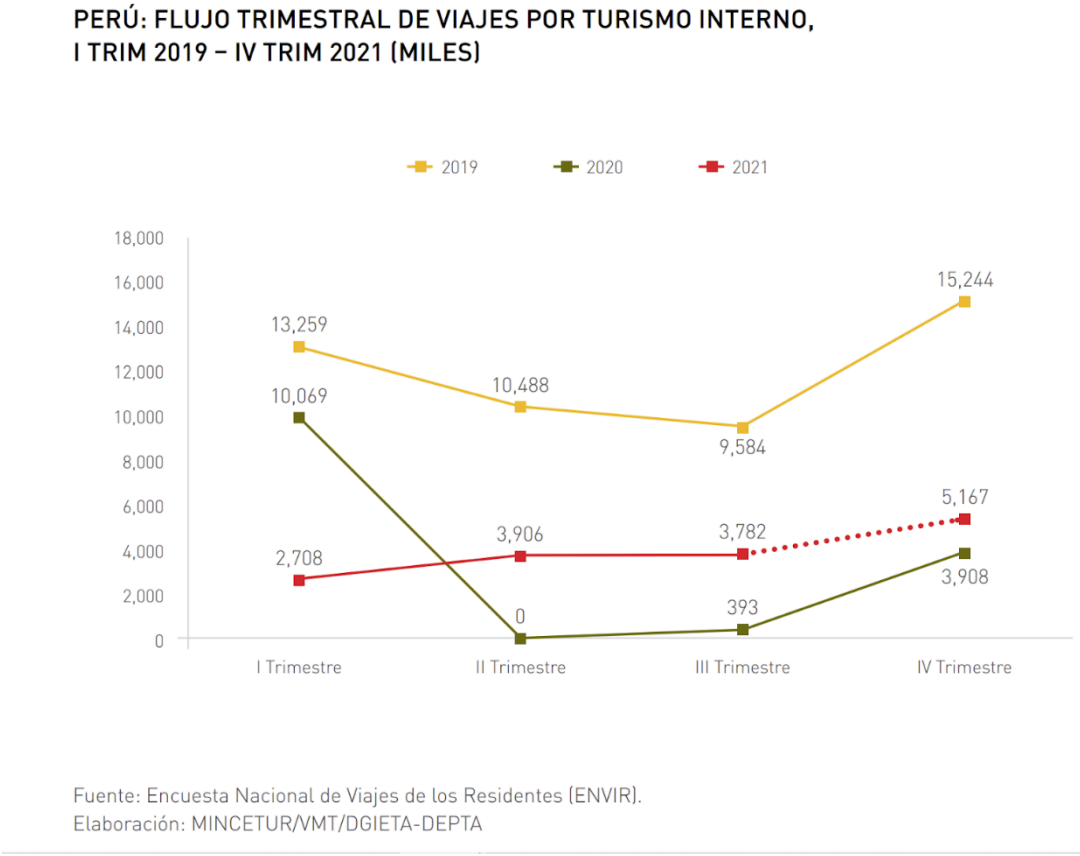
Competencia. La Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) junto a la Municipalidad Distrital de Pachacámac firmaron un convenio con el objetivo de impulsar el turismo en la localidad mediante ferias, charlas, estrategias de difusión y de esta manera lograr una mejora en la oferta, servicios turísticos para que Pachacámac logre una mejor posición como destino turístico (Portal de Turismo, 2025).

Iniciativas del Ministerio del Comercio Exterior y Turismo como el Concurso Turismo Emprende 2022 - II, aprobada por La Resolución Ministerial N° 138-2022-MINCETUR, busca la reactivación del sector turismo. Esto nace debido a que se vieron afectados por COVID - 19, lo cual marcó un antes y un después bastante notorio en el sector turismo, donde en el 2020 se logró 697 mil empleos, es decir, se notó una disminución del 52,2% a diferencia del año 2019 y 2021 que sigue estando muy por debajo de años anteriores con 834 mil empleos. Por ello esta iniciativa busca sobre todo impulsar pequeños y medianos emprendedores del rubro permitiéndoles presentar sus emprendimientos o planes de negocio, los cuales entran a un proceso de evaluación según criterios de innovación, impacto en la comunidad, sostenibilidad y viabilidad, en fechas específicas. Haciendo acreedores de un financiamiento en forma de fondos concursables no reembolsables, pero obligados a rendir cuentas sobre el uso del mismo,

donde pueden participar justamente emprendedores formales e informales del sector turismo y artesanía (MINCETUR, 2022, p. 31-32 - 205-206).

Figura 2

Flujo Trimestral de Viajes por Turismo en Perú (2019 - 2021)



Fuente: Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR).
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Nota. La figura muestra el flujo trimestral de viajes por turismo. Fuente: Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes [ENVIR].

El turismo rural en Quebrada Verde, quienes cuentan con antigüedad desde el 2000, realizando esta actividad, presenta barreras de entrada que hace más difícil la consolidación y sostenibilidad de esta actividad económica. Una de ellas, la limitación en generación de ingresos con la que cuentan percibida por la misma población, lo que desanima a otros actores a involucrarse en esta actividad turística. Además, menciona la necesidad de capacitación en gestión turística y empresarial a la población. Esto limita la competitividad a comparación de otros destinos con mayor experiencia en el rubro (Chozo & Paccori, 2023).

Asimismo, a través de una investigación de campo, se ha podido observar cómo barrera de entrada la débil infraestructura turística en el distrito de Pachacámac (señalización, pistas, accesos), lo que dificulta la experiencia en la llegada de los visitantes, en consecuencia, limita la capacidad de afluencia y crecimiento. El turismo comunitario, al ser una actividad que depende de la participación activa de la población, es otra barrera, pues sin organización ni unión comunitaria, la actividad pierde relevancia y atractivo.

El alcance esperado es una proyección de que al menos entre establecimientos gastronómicos locales adquieran seis de cada uno de los paquetes en la plataforma durante el periodo de 24 meses posterior al

lanzamiento de la plataforma web en el que se espera el retorno de la inversión, además contamos con la sección de servicios personalizados y suscripciones en la sección “inspiración” de la plataforma el cual nos permite tener ingresos extras mapeados como “varios” en la tabla 2 de presupuesto. Esto permitiría validar y demostrar la viabilidad del modelo de negocio y promover el turismo comunitario y hacerlo más visible en el circuito turístico de Lima.

En cuanto al mercado objetivo, son emprendimientos gastronómicos comunitarios de Pachacámac como los bio-restaurantes, locales de postres y otras iniciativas enfocadas al rubro de alimentos o iniciativas culinarias como (Don Torcuato, Malambo, Don Carlos, Sumaq Pacha, Wayqu,Ynga Candela). Según el MINCETUR (2022) y Municipalidad de Pachacámac (s.f.), el distrito de Pachacámac presenta 13 restaurantes certificados con el sello Safe Travell, paralelamente se encuentran más negocios formales e informales en la zona, que podrían verse beneficiados al optar por registrarse y obtener un servicio mediante la plataforma web.

La demanda potencial está conformada por los negocios turísticos en el distrito de Pachacámac que requieren incrementar su visibilidad digital para captar un mayor número de visitantes. Estos, en su mayoría, carecen de conocimientos o estrategias de marketing digital, lo que los lleva a buscar soluciones prácticas que les fortalezcan estratégicamente su presencia en

redes y plataformas digitales, lo que conectaría a un potencial interés en sumarse a la plataforma web Raíz Digital.

El segmento de mercado es pequeño y medianos emprendimientos del sector gastronómico y turístico comunitario que les hace falta acceso a servicios de marketing digital, cuentan con interés a visibilizar su negocio y atraer visitantes, además buscan alternativas accesibles y flexibles de promoción para mejorar el flujo de visitantes e impulsar el turismo comunitario sostenible en la localidad.

1.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Concepto. Raíz Digital es una plataforma web que permite la conexión entre emprendedores turísticos, gastronómicos y de servicios locales de zonas peri urbanos de Lima, específicamente del distrito de Pachacámac con profesionales creativos de comunicación y marketing digital, entre otros afines.

Propuesta de valor. La propuesta de valor se centra en ayudar a emprendedores turísticos comunitarios, como María Gómez, a fortalecer su presencia digital para atraer más visitantes y generar un mayor impacto económico y social en su comunidad, a través de una plataforma digital que permita la conexión con profesionales creativos verificados que ofrecen servicios adaptados a sus necesidades y recursos. Además, no solo se busca ofrecer un servicio, sino educar al arquetipo a largo plazo y brindarles más oportunidades para hacer más visible su negocio mediante el apartado de inspiración dentro de la propuesta.

La plataforma web, enfocado estratégicamente en la oferta del sector de gastronomía turística comunitaria, conecta a emprendedores con profesionales capacitados, generando un ecosistema colaborativo que impulsa la visibilidad digital, el aprendizaje continuo y el crecimiento sostenible de ambos perfiles.

Para los emprendedores, se ofrecen servicios de comunicación y marketing digital diseñados para incrementar su alcance, atraer más visitantes y fortalecer su negocio en el tiempo, acompañados de acciones de capacitación que les permiten sostener sus resultados.

Para los profesionales, se les brinda oportunidades de desarrollo a través de proyectos filtrados y adecuados a su experiencia, fomentando el aprovechamiento de nuevas oportunidades que potencien su crecimiento y especialización profesional.

De esta manera, la propuesta no solo brinda soluciones de visibilidad, sino que construye un espacio de aprendizaje y colaboración, en el que tanto emprendedores como profesionales participan para el fortalecimiento del turismo comunitario en Pachacámac.

1.5.4 Diseño de producto/servicio

El servicio se basa principalmente en una plataforma web, denominada Raíz Digital, que servirá como un espacio digital que permita la conexión entre emprendedores y profesionales de comunicación y marketing digital, con capacidades digitales híbridas.

Entre algunas de las principales características de la plataforma se encuentran:

- Información sobre la plataforma web Raíz Digital
- Formato de registro según corresponda (emprendedor o profesional)
- Perfiles personalizados con información básica, foto de perfil.
- Sistema de bandejas de mensajes interna para coordinaciones directas entre emprendedores y profesionales
- Pasarela de pagos con detalle de comisión aplicada

La mecánica del servicio de Raíz Digital, implementada a través de una plataforma web, se centra en ofrecer un proceso simple, seguro y accesible. A través de este proceso, se busca que los servicios digitales se ofrezcan de manera flexible y adaptados a las diferentes necesidades de los emprendedores. La mecánica busca promover que la plataforma se convierta en un espacio confiable que permite el acceso a apoyo profesional para el crecimiento continuo de los negocios:

1. El usuario elige su tipo de registro (como emprendedor o profesional creativo)
2. Completa los datos de su perfil, según sea correspondiente.
3. El emprendedor empieza a crear su proyecto, bajo 2 opciones: la elección de un paquete propuesto por la plataforma con un presupuesto fijo (Semilla Digital, Raíz Digital o Fruto Digital) o el armado de su propia propuesta eligiendo los elementos que requiere su proyecto con un presupuesto sugerido. Una vez creado el proyecto lo envía a la plataforma. Asimismo, define el plazo de entrega y deja comentarios extras para el servicio.

4. En un plazo de 24 a 48 hrs recibe el plan de trabajo y el/los perfiles profesionales que fueron designados por Raíz Digital, previo filtro y evaluación, para la realización del proyecto.

5. El emprendedor acepta la propuesta y realiza el pago (bajo pasarela de pago adaptada), el cual será retenido por la plataforma y se procesará cuando termine la realización del servicio. Además, se contará con una reunión de acuerdos, en caso se necesite para mayor confianza.

6. El emprendedor podrá hacer el seguimiento de los entregables requeridos (posts, videos, análisis, etc) a través de la plataforma. Asimismo, podrá mantener comunicación con el profesional por medio de un chat incorporado.

7. Una vez subidos todos los entregables solicitados para el proyecto, se procesa el pago, cobrando la comisión correspondiente por la plataforma.

De manera adicional, se cuenta con un apartado de Inspiración, el cual tendrá acceso gratuito a una cantidad de lecturas breves, y, bajo suscripción, a una mayor cantidad de recursos, como podcasts, fechas de eventos cercanos, webinars y otros materiales enfocados en favorecer y enriquecer, tanto a los emprendedores como a los profesionales.

El proyecto busca integrar la propuesta del servicio al enfoque de triple balance, con el ámbito social, económico y medioambiental:

En el ámbito social: El servicio busca reducir la brecha digital en comunidades rurales, fortaleciendo la visibilidad y competitividad de emprendedores. De esta manera, se les brinda el apoyo y herramientas

especializadas, que contribuye y aporta con el objetivo del ODS elegido, el cual se enfoca en reducir la brecha de desigualdades.

En el ámbito económico: El servicio se refleja como un potenciador de crecimiento, al generar nuevas oportunidades de ingreso y mejoría económica para emprendedores y profesionales creativos. Esto permite una ganancia mutua; para los profesionales, brindándoles un espacio de oportunidad laboral y para los emprendedores la oportunidad de conexión con profesionales que los ayudarán a impulsar sus negocios, y por consecuencia a atraer más flujo de trabajo y movimiento. Este intercambio no solo promueve el desarrollo individual, sino también contribuye a la economía local.

En el ámbito medioambiental: El servicio promueve el turismo comunitario sostenible y la valorización de recursos locales, fomentando prácticas responsables en la gestión turística y gastronómica. El promover actividades relacionadas con el turismo comunitario permite y asegura la sostenibilidad a largo plazo de esta actividad turística, contribuyendo a la preservación cultural y local para futuras generaciones.

1.5.5 Modelo de Negocio

La plataforma se plantea como la intermediaria central, que facilita la búsqueda, contratación y seguimiento de servicios, cobrando una comisión por cada servicio realizado para los emprendedores. Paralelamente, se ofrecen oportunidades laborales a los profesionales, facilitándoles el acceso a una cantidad de ofertas y beneficios, según sea su conveniencia. Este modelo de negocio permite que los

emprendedores puedan acceder a servicios de calidad bajo su propia demanda y a un costo accesible, y que los profesionales creativos amplíen su cartera de clientes y generen ingresos adicionales. A futuro se planea incluir alianzas estratégicas con instituciones y programas que permitan la expansión del servicio.

La forma de comercialización y promoción de la plataforma Raíz Digital se centra en una estrategia digital. Canales digitales como redes sociales (Meta: Facebook, Instagram y TikTok) para captar usuarios, fortalecer el posicionamiento, difundir los beneficios, mostrar casos de éxito y generar cercanía con potenciales usuarios. Además, una estrategia de marketing de contenidos para realizar publicaciones y tutoriales sencillos para emprendedores con el objetivo de brindarles una orientación continua y el máximo aprovechamiento de la plataforma. Asimismo, el uso del correo electrónico para atención personalizada y el envío de recordatorios u ofertas de suscripción.

1.5.6 Resultados esperados

Con el desarrollo e implementación de una plataforma como Raíz Digital se espera que los emprendedores logren incrementar la visibilidad de sus negocios en el entorno digital, reforzando su presencia frente a un público más extenso. Al tener apoyo profesional y adaptado a sus necesidades, podrán tener la posibilidad de atraer más visitantes, mejorar la sostenibilidad y difundir la esencia de sus negocios. Asimismo, se espera que los profesionales encuentren en la plataforma un espacio formal y confiable

para ampliar sus oportunidades de generar ingresos y desarrollarse profesionalmente.

A nivel comunitario, el proyecto busca generar un impacto positivo en el desarrollo local, contribuyendo a impulsar la economía y promover el turismo en zonas con escaso reconocimiento, como Pachacámac. En un contexto ideal, la plataforma se consolida como un espacio colaborativo que potencia la competitividad de los emprendimientos, impulsa la esencia de las experiencias turísticas ofrecidas y promueve beneficios mutuos para los emprendedores y para los profesionales.

De una forma desglosada, se plantean los siguientes resultados esperados:

- Alcanzar un porcentaje significativo de emprendedores registrados con perfiles completos y material visual profesional.
- Lograr la conexión y la realización de trabajos con éxito entre emprendedores y profesionales creativos.
- Obtener un alto nivel de satisfacción del cliente a la finalización de cada servicio brindado.
- Lograr una mayor visibilidad y fortalecer el perfil digital de la población beneficiaria.
- Aumentar el número de visitantes en los emprendimientos de la población beneficiaria.

- Reducir la desigualdad de oportunidades, en cuanto a acceso a herramientas digitales de la población beneficiaria, dándoles la oportunidad de impulsar la condición de su negocio a la que antes se veían limitados a acceder.

1.5.7 Prototipos desarrollados

Para la etapa de prototipado de la plataforma Raíz Digital, se elaboraron prototipos de baja y alta definición, con el fin de representar de manera progresiva cómo sería la experiencia del usuario del servicio que se busca ofrecer, desde el proceso de registro a la contratación de servicios. Estos prototipos realizados nos permiten tener un panorama más visual para entender la mecánica del servicio, permitiendo analizar limitaciones o mejoras futuras.

Para el prototipo de baja fidelidad se realizó un diseño de la plataforma en base a wireframes. Este desarrollo permitió definir a manera de esquema la estructura de la plataforma, analizando la distribución de los elementos y el flujo de navegación de los usuarios. Con esta primera etapa de prototipado se pudo evaluar el recorrido del usuario sin la necesidad de incorporar aún un diseño visual avanzado, y con ello poder corregir errores de navegación. (Ver Anexo 2)

Posteriormente, se realizó el prototipo de alta fidelidad en la plataforma Figma, incorporando el diseño visual (logo, tipografía, imágenes y colores) y uso de elementos gráficos más completos. La finalidad de realizar este prototipo no solo fue detallar el tema visual, sino también

asemejar lo más posible a lo que sería la plataforma ya establecida y que esto permitiese la validación de los usuarios de una manera más cercana a la implementación del servicio en un contexto real. El resultado permitió visualizar de una mejor manera cómo funciona la mecánica del servicio. (Ver anexo 3)

1.5.8 Experimentos

Para la etapa de validación de la plataforma Raíz Digital se realizó una visita presencial a diferentes negocios turísticos del distrito de Pachacámac. En cada una de las visitas se presentó el prototipo de alta fidelidad de la plataforma, iniciando con una breve introducción de las principales funcionalidades de la plataforma, como el registro, la contratación de servicios, el proceso de pago y el apartado de Inspiración. Posteriormente, se le permitió a cada emprendedor la interacción directa con el prototipo para que pudiesen explorar la plataforma bajo su propio ritmo y en un contexto más cercano a su realidad cotidiana. (Ver Anexo 4)

Luego de la interacción con la plataforma, se aplicó una breve encuesta para conocer sus percepciones sobre la utilidad de la plataforma.

Figura 3

Gráfico Circular: Edades

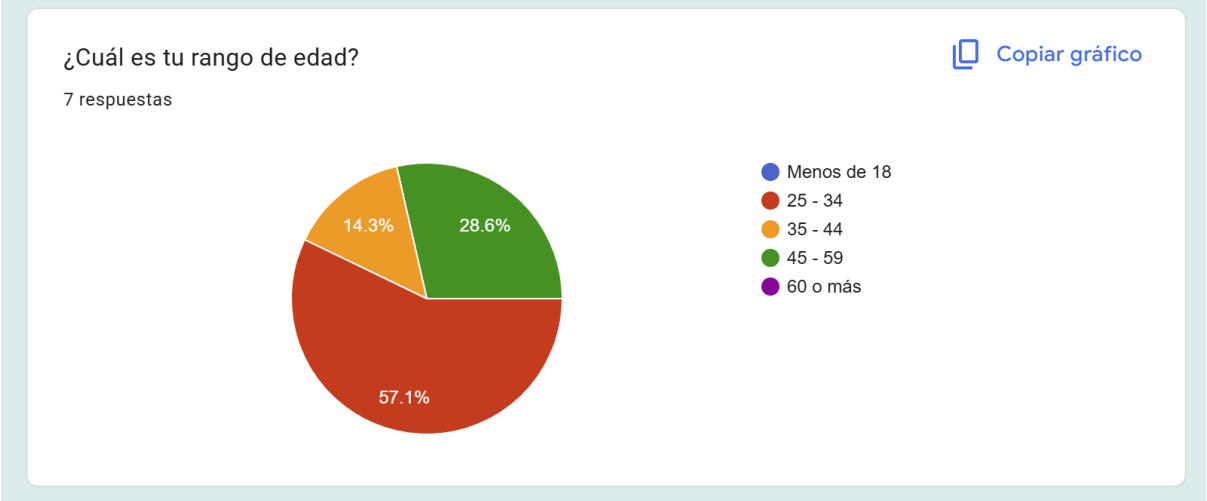


Figura 4

Gráfico Circular: Confirmación de Ubicación

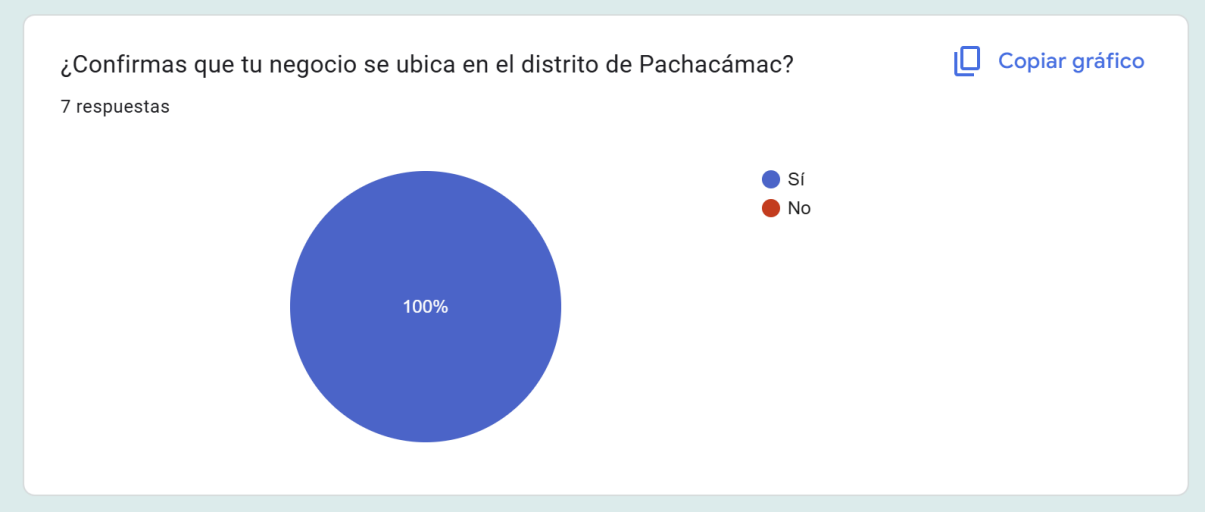


Figura 5

Gráfico Circular: Utilidad del Servicio



Figura 6

Gráfico Circular: Validación de Servicio

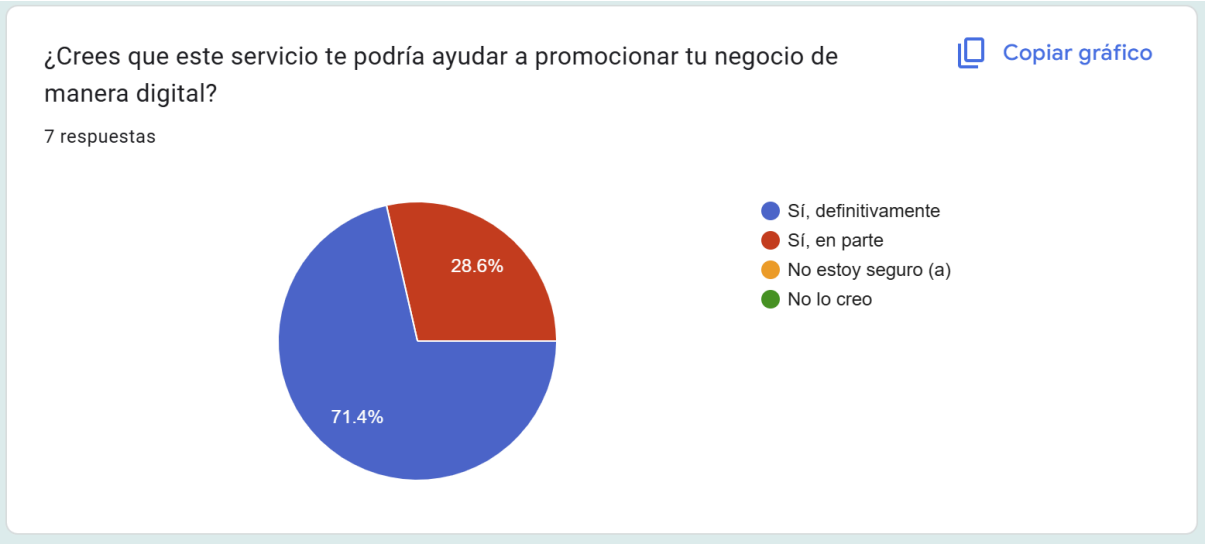


Figura 7

Gráfico Circular: Utilidad del Servicio

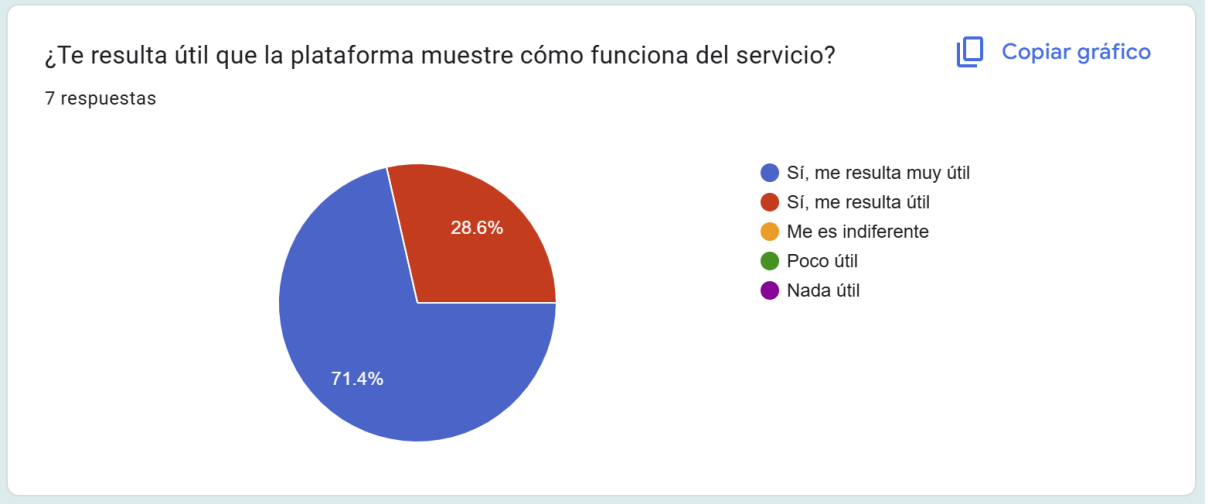


Figura 8

Gráfico Circular: Facilidad de uso de la Plataforma

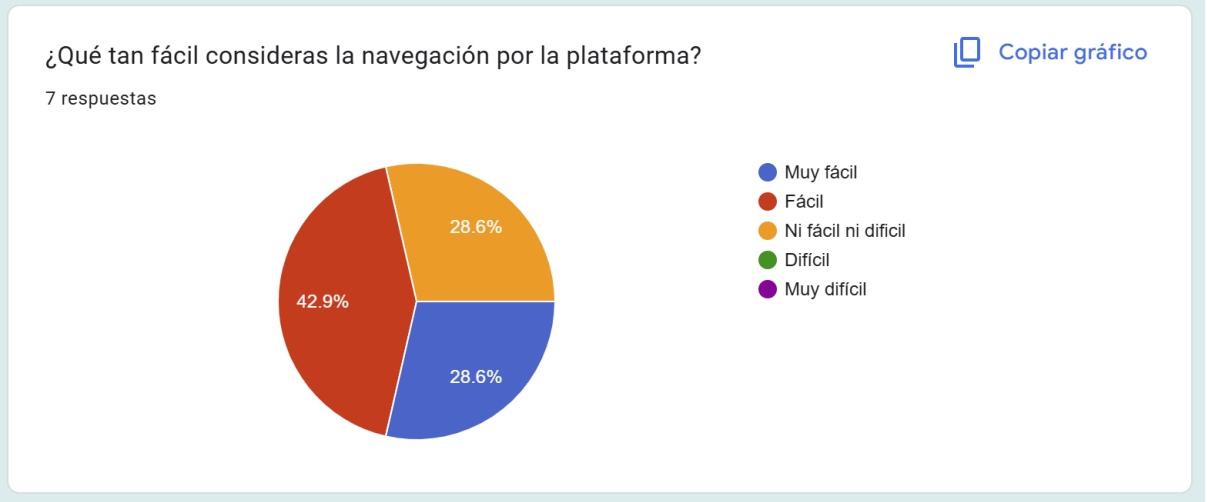


Figura 9

Gráfico Circular: Valorización del Servicio

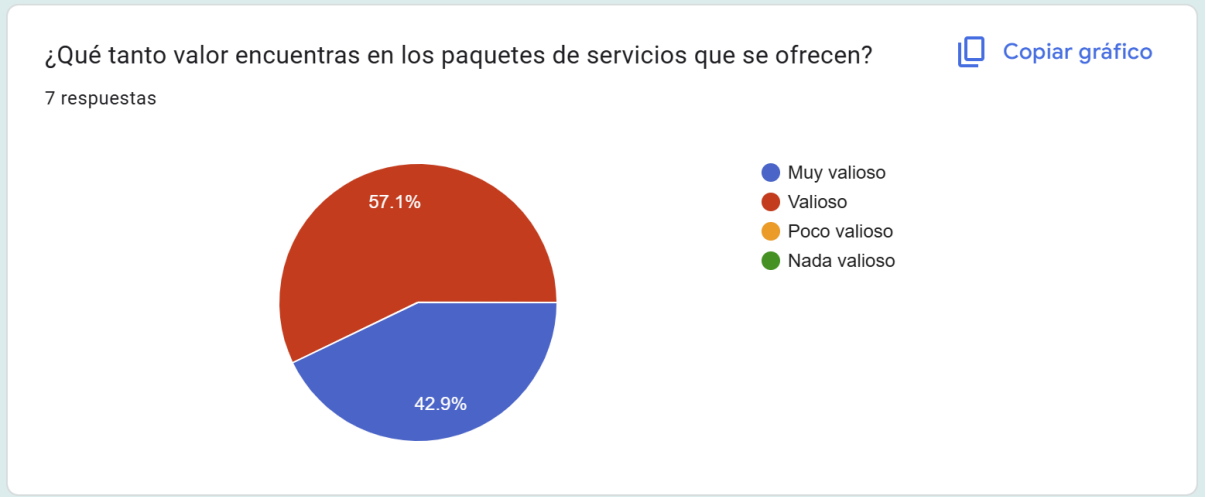


Figura 10

Gráfico Circular: Interés en el Espacio de Inspiración



1.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

En síntesis, el proyecto de innovación se basa en la implementación de una solución innovadora denominada Raíz Digital, la cual se desarrolla e implementa a través de una plataforma web digital que permite crear conexión entre emprendedores turísticos de Pachacámac con profesionales independientes de comunicación y marketing digital. La iniciativa busca resolver la limitada visibilidad digital de los negocios comunitarios locales, facilitando el acceso a estrategias adaptadas a sus recursos y necesidades reales, que contribuyan en el fortalecimiento del turismo comunitario y sostenibles de la zona. La propuesta de valor consiste en ofrecer soluciones digitales personalizadas a estos emprendedores que de alguna manera no encuentran una vía accesible a este tipo de servicios profesionales.

Se ofrecen dos opciones de trabajo a los emprendedores, la elección de paquetes preestablecidos (Semilla Local, Raíz Digital y Fruto Digital) con opciones de servicios, de básicos a más completos, enfocados en marketing digital, y paquetes personalizados en los que el emprendedor selecciona los elementos que desea. El modelo de negocio se basa en el margen de comisión por cada servicio contratado, las suscripciones al apartado de Inspiración (contenido complementario), y en la publicidad que se maneja dentro de la plataforma.

El proyecto se alinea al enfoque de triple balance, aportando a la reducción de la brecha digital de los emprendedores y fortaleciendo su

competitividad, buscando impulsar la economía tanto de los emprendedores como de los profesionales, y fomentar prácticas y ofertas sostenibles para revalorizar los recursos culturales de manera local.

Con respecto a los recursos necesarios, se tiene en consideración distintos perfiles, como desarrollador web, especialista en UX/UI, community manager, soporte técnico, profesional de marketing digital, recursos humanos y gestor de operaciones. Asimismo, se requiere de recursos tecnológicos como el hosting, el dominio y pasarela de pago integrada para el funcionamiento del servicio en la plataforma.

En cuanto a la escalabilidad del servicio, este se propone con un alto potencial de réplica en distintos distritos de las zonas rurales y periurbanas de Lima que se encuentran con una problemática similar de escasa visibilización entre su oferta turística comunitaria, como Lurín, Antioquía o Cieneguilla. Este proyecto busca ampliar su funcionalidad a nivel regional y nacional, posicionando la plataforma desarrollada como un recurso de apoyo especializado para impulsar la visibilización y presencia digital de emprendedores turísticos locales, y consecuentemente ayudar a promover el turismo comunitario local.

III. Estimación de costos

Estructuraremos el presupuesto de inversión

2.1 Presupuesto

Tabla 1

Inversión Inicial

Categoría	Descripción		Costo Unitario (S/)
Diseño UX/UI profesional	Investigación, wireframes y prototipos de alta fidelidad		S/.2,500.00
Desarrollo web (Front + Back)	Plataforma administrable, perfiles, sistema de pagos		S/.5,000.00
Dominio y Hosting VPS (1 año)	Dominio.com.pe + VPS rápido y seguro		S/.500.00
Pasarela de pago (API)	Integración con Culqi, MercadoPago o Yape		S/.500.00
Legal y registro	Contratos, T&C, política de privacidad		S/.400.00
Validación de MVP con usuarios	Incentivos, grabación, encuestas, análisis		S/.600.00
Prelanzamiento digital	Ads, contenido y gestión de redes		S/.1,200.00
Equipo electrónico	Laptops		S/.2,800.00
	TOTAL ESTIMADO		**S/.13,500.00**
Recuperación en 24 meses		24	S/.562.50

Nota: Total de inversión en infraestructura para iniciar con el servicio

Tabla 2

Gatos Operativos Mensuales y Proyección de Ingresos

Categoría	Descripción	Costo mensual (S/)	Columna 4	Columna 5
Soporte técnico	Corrección de errores, mejoras menores	400.00		
Community Manager	Gestión de redes, contenido y respuestas	900.00		
Recursos Humanos	Filtro de perfiles, seguimiento de servicios.	1,400.00		
Jefe de operaciones	Derivación de personal, supervisión de procesos, gestión operativa.	2,200.00		
Herramientas digitales	Canva Pro, G. Workspace, Meta Ads Manager, etc.	200.00		

Publicidad mensual	Pauta en redes sociales (segmentada)		500.00		
TOTAL MENSUAL			5,600.00	1400	
	Cuota de retorno		562.50	23.44	
	Punto de equilibrio		6,162.50		
					Gasto
Paquete 01 Semilla Local		250	10.00	2500	
Paquete 02 Raíz Digital		400	10.00	4000	
Paquete 03 Fruto Digital		700	10.00	7000	
Varios		200	10.00	2000	40.00
				15500	9337.50

Paquete 01 Semilla Local	**Cantidad**	**Días**	**Monto**	**Total**
Profesional en publicidad y marketing	1	2.00	54.55	109.09
Uso de pagina	1	1.00	14.06	14.06
				123.15
		Margen	80%	98.52
		Valor de venta + IGV		221.68

Paquete 02 Raíz Digital	**Cantidad**	**Días**	**Monto**	**Total**
Profesional en publicidad y marketing	1	3.00	54.55	163.64
Profesional Audiovisual	1	1.00	54.55	54.55
Uso de pagina	1	1.00	14.06	14.06
				232.24
		Margen	65%	150.96
		Valor de venta + IGV		383.20

Paquete 03 Fruto Digital	**Cantidad**	**Días**	**Monto**	**Total**
Profesional en publicidad y marketing	1	5.00	54.55	272.73
Profesional Audiovisual	1	1.00	54.55	54.55
Movilidad	1	1.00	45.00	45.00
Uso de pagina	1	1.00	14.06	14.06
				386.34
		Margen	77%	297.48

	Valor de venta + IGV	683.81

Nota: Gastos mensuales corporativos para el control de ingresos

IV. Conclusiones y recomendaciones

3.1 Conclusiones

El planteamiento y desarrollo del proyecto Raíz Digital ha permitido identificar una oportunidad de solución a la problemática identificada sobre escasa y limitada visibilidad, y la dificultad de encontrar acceso a servicios de comunicación y marketing digital especializados, que enfrentan los emprendedores turísticos y gastronómicos del distrito de Pachacámac. La validación con los potenciales usuarios mostró una existente disposición a invertir y adquirir servicios que permitan potenciar y visibilizar digitalmente sus negocios, de manera que les ayude a incrementar las visitas e impactar en su economía de forma positiva.

Asimismo, se concluye que la creación de un espacio que permita la conexión de emprendedores con profesionales en marketing y comunicación abre la posibilidad que la propuesta sea escalable y replicable en otras comunidades de Lima y Perú. Es importante resaltar que en la actualidad carecer de presencia digital equivaldría a quedar invisibles ante la oferta turística existente, lo que limita el desarrollo local y económico. Por ello, el presente proyecto busca contribuir a visibilizar de manera estratégica a estos emprendimientos que cuentan con un gran potencial en turismo comunitario, y así puedan ser parte de un crecimiento sostenible en el turismo de su localidad.

3.2 Recomendaciones

A partir del análisis realizado, se recomienda continuar con un proceso de mejora continua de la plataforma, considerando herramientas complementarias como incorporar tutoriales breves o materiales didácticos que expliquen el funcionamiento y beneficios del servicio. Asimismo, se plantea fortalecer el apartado de "Inspiración", para que este espacio no sea solo de valor agregado, sino que ayude a mantener tanto a emprendedores como profesionales en una constante navegación y permanencia en la plataforma. Otra recomendación es realizar evaluaciones periódicamente para analizar los servicios brindados en la plataforma, mediante encuestas o métricas para mejorar de manera constante la experiencia de los usuarios. En cuanto a la sostenibilidad, se recomienda establecer alianzas con instituciones educativas, organizaciones del sector turístico y gastronómico, y entidades que contribuyan a la masificación del proyecto. Para finalizar, se recomienda hacer una proyección de expansión hacia otras comunidades rurales y periurbanas, lo que permitiría la escalabilidad del proyecto y la posibilidad de consolidar a Raíz Digital como un recurso estratégico que contribuye al desarrollo progresivo del turismo comunitario en el Perú.

V. Referencias Bibliográficas

Barzola, S. (17 de mayo de 2025). *Turismo comunitario en Perú: características y regiones donde puedes disfrutar de esta experiencia, vía Mincetur.* La República. https://larepublica.pe/turismo/2025/05/17/turismo-comunitario-en-peru-caracteristicas-y-regiones-donde-puedes-disfrutar-de-esta-experiencia-en-2025-via-mincetur-atmp-1099033

BBVA. (2021, 3 de diciembre). *Turismo gastronómico, un aliado del desarrollo sostenible.* https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/turismo-gastronomico-un-aliado-del-desarrollo-sostenible/

Belupu Marchan, G. M., Bermejo Requena, L. A., CharcapeRavelo, J. M., & Cipra-Rodriguez, J. A. (2024). *Turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú: Diagnóstico y propuesta para la sostenibilidad.* Manglar, 21(1), 29-40. http://www.scielo.org.pe/pdf/mang/v21n1/2414-1046-manglar-21-01-29.pdf

Borja, F. A., (2021). La importancia de la creación de contenido en Marketing. Revista científica en ciencias sociales, 3(1), 69-74. https://doi.org/10.53732/rccsociales/03.01.2021.69

Cachay Olivera, N. G., & Espino Blair, C. L. (2020). La importancia de la Gestión Estratégica para la habilitación de la Transformación Digital en empresas del Sector Turismo en el Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c1fcf13c-9982-4bfb-bf1b-3bc9fa0fbb95/content

Cámara de Comercio de Lima. (2021, 15 de julio). Digitalización: Tres de cuatro emprendimientos en Perú usan herramientas tecnológicas. https://lacamara.pe/digitalizacion-tres-de-cuatro-emprendimientos-en-peru-usan-herramientas-tecnologicas/

Camba Guamán, M. E., Aguilar Jiménez, E. J., León Serrano, L. A., & Dávila Herrera, J. S. (2024). Transformación digital en los emprendimientos de la economía popular y solidaria del cantón Machala, 2023. *Revista Ñeque*, *7*(18), 340–362. https://doi.org/10.33996/revistaneque.v7i18.146

Chozo, M. L. A., & Paccori, M. J. D. (2023). *El turismo rural comunitario y desarrollo económico de la comunidad de Quebrada Verde, distrito de Pachacamac,* (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo). Repositorio Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/148981/Chozo_MLA-Paccori_MJD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El Comercio (2021, 24 de julio). *Pachacamac sin turismo: así se encuentra una de las zonas más atractivas de Lima.*

https://elcomercio.pe/corresponsales-escolares/historias/pachacamac-sin-turismo-asi-se-encuentra-una-de-las-zonas-mas-turisticas-de-lima-lima-noticia/

Flores Flores, J. C., & Ramírez Coronado, H. (2024). Lima desde las Alturas: Un Análisis del Turismo Paisajístico y su Rol en la Conservación del Patrimonio Natural. *Business Innova Sciences, 5(3), 183-196.* *https://doi.org/10.5281/zenodo.13845282*

García Chumioque, F. G. (2018). El turismo pro pobre y el desarrollo sostenible en el distrito de Pachacamac. *https://hdl.handle.net/20.500.12727/3724*

Instituto de Estudios Peruanos. (2022). Avances y retos de la digitalización en zonas rurales del Perú. *https://repositorio.iep.org.pe/server/api/core/bitstreams/dbe4fc41-70a2-403d-a21c-313fead36ef3/content*

Jiménez López, M. (2025). *Proyecto de emprendimiento Comuconecta.* Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Sociales, Comunicación Social, Medellín y Envigado. Disponible en: https://hdl.handle.net/20.500.12494/59498

Mendoza, M. (2024, 17 de mayo). *"Conectividad rural se ha multiplicado más de 38 veces en una década" - Marcos Vilchez Román, Osiptel. Especial La última milla de la brecha digital.* eBIZ Noticias. https://ebiz.pe/noticias/especial-la-ultima-milla-de-la-brecha-digital-marco-vilchez/

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022, 16 de mayo). *Aprobación del concurso Turismo Emprende 2022-II para la reactivación del sector turismo y artesanía* [Resolución Ministerial N.° 138-2022-MINCETUR]. Turismo Emprende. https://turismoemprende.pe/pdf/2025/RM_N138_2022.pdf.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023, 6 de diciembre) *Perú apuesta por el desarrollo del Turismo Comunitario para impulsar la economía y empleo en las zonas rurales. Gobierno del Perú.* https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/878311-peru-apuesta-por-el-desarrollo-del-turismo-comunitario-para-impulsar-la-economia-y-empleo-en-las-zonas-rurales

Municipalidad Distrital de Pachacámac (2021). *Directorio de prestadores de servicios turísticos*. Subgerencia de Promoción Turística y Patrimonio Cultural. https://munipachacamac.gob.pe/turismo/newpage/assets/pdf/directorio_prestadores.pdf

Municipalidad Distrital de Pachacámac (2025). *Informe Final de Presupuesto Participativo 2025. (p. 13)*

https://www.munipachacamac.gob.pe/portaltransparencia/participacionciudadana/2025/Informe-Final-PP-2025.pdf

Paredes Hidalgo, J. S. (2021). *Marketing digital como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro recreos turísticos, distrito de Yarinacocha, Pucallpa 2021.* *https://hdl.handle.net/20.500.13032/33317*

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2022). Plataformización. Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital. https://doi.org/10.53857/tsfe1722

Portal de Turismo (2025, 03 febrero). *APAVIT y Municipalidad de Pachacamac suscriben convenio para impulsar el turismo local.*

https://portaldeturismo.pe/apavit-y-municipalidad-de-pachacamac-suscriben-convenio-para-impulsar-el-turismo-local/

Santiváñez O'Besso, L.(2024, 6 de mayo). *Lima: Centro Histórico recibe la máxima jerarquización turística.* Portal de turismo. https://portaldeturismo.pe/lima-centro-historico-recibe-maxima-jerarquizacion-turistica/

Ticse-Villanueva, E., Valdivia-Llerena, C., Ugarte-Concha, R., & Cueva-Villanueva, R. (2022). *Situación del turismo rural comunitario como emprendimiento sostenible en Perú. En L. F. Ochoa & J. G. Cedillo (Eds.), 20th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology* (p. 4). https://laccei.org/LACCEI2022-BocaRaton/full_papers/FP278.pdf

Torres, B. V. L., Espinoza, M. F. T., & Argoti, D. J. C. (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. *Dominio de las Ciencias*, *7*(6), 907-921. http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i6.2371

VI. Anexos

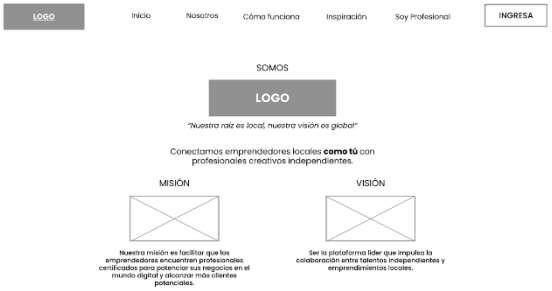
6.1 Informe de Turnitin

Anexo 1

Informe de Turnitin

Prototipo de baja fidelidad





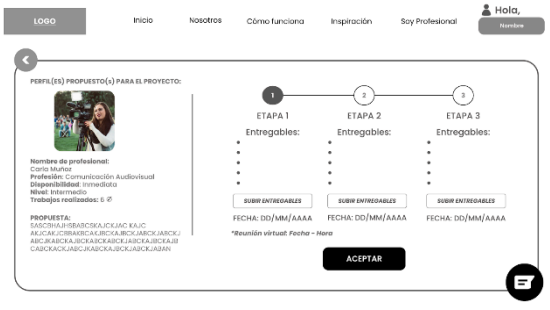








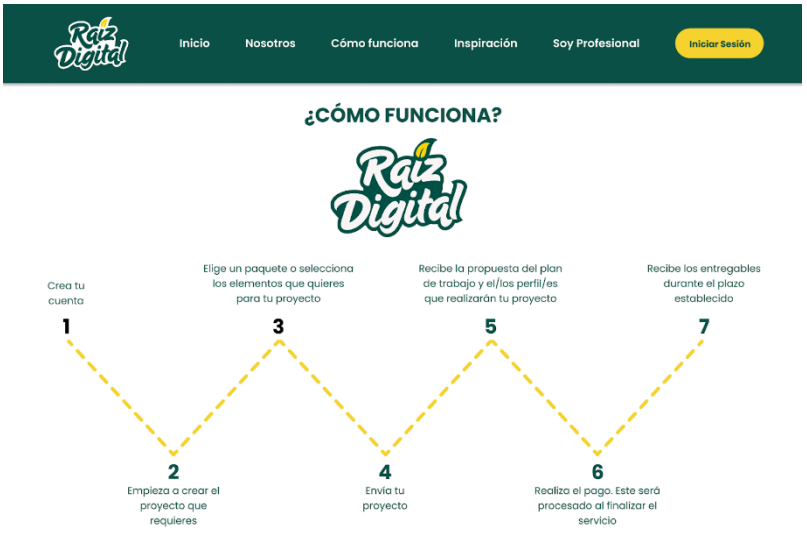




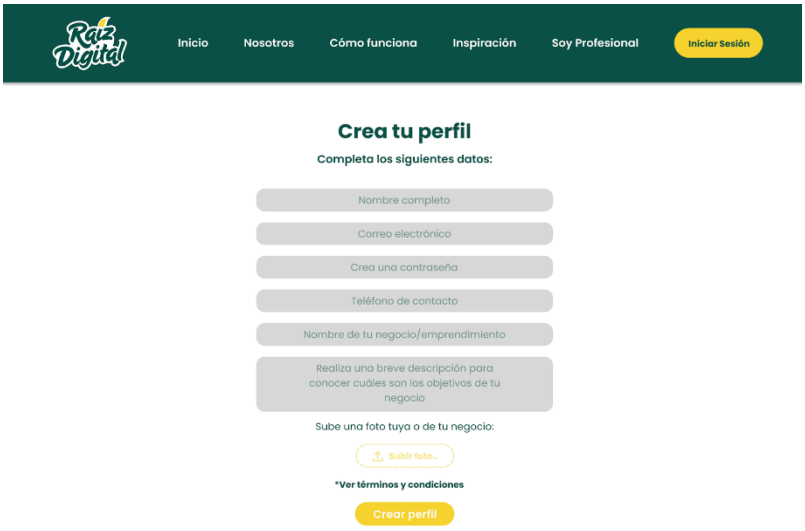
Anexo 3

Prototipo de alta fidelidad


Raíz Digital
Inicio
Nosotros
Cómo funciona
Inspiración
Soy Profesional
Iniciar Sesión
Conecta con profesionales que impulsen tu presencia digital y haz crecer tu negocio
¡CUÉNTANOS LA IDEA QUE TIENES EN MENTE Y RECIBE UN PLAN DE TRABAJO PERSONALIZADO!
Empieza Ahora
"Nuestra raíz es local, nuestra visión es global"


Raíz Digital
Inicio
Nosotros
Cómo funciona
Inspiración
Soy Profesional
Iniciar Sesión
¿CÓMO FUNCIONA?
Raíz Digital
Crea tu cuenta
1
2
Empieza a crear el proyecto que requieres
Elige un paquete o selecciona los elementos que quieres para tu proyecto
3
4
Envía tu proyecto
Recibe la propuesta del plan de trabajo y el/los perfil/es que realizarán tu proyecto
5
6
Realiza el pago. Este será procesado al finalizar el servicio
Recibe los entregables durante el plazo establecido
7


Raíz Digital
Inicio
Nosotros
Cómo funciona
Inspiración
Soy Profesional
Iniciar Sesión
La inspiración que necesitas para impulsar tu negocio
5 errores comunes que frenan la visibilidad de tu negocio
Mini lectura que te ayudará a identificar qué prácticas están limitando tu alcance y cómo corregirlas.
Del cliente ocasional al cliente fiel: estrategias simples de fidelización
Infografía práctica con acciones fáciles de implementar para que tus clientes regresen y recomienden tu negocio
Guía rápida para aprovechar reseñas y comentarios de clientes
Checklist con recomendaciones para responder y usar las opiniones a tu favor.
Calendario de fechas claves para emprendedores turísticos en Perú
Un calendario que muestra oportunidades de promoción en temporadas festivas o culturales.







Enlace de prototipo final: http://bit.ly/4pi4bqX

Anexo 4

Validación con arquetipos



















