ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Lokal: Diseño de un servicio digital para la promoción de experiencias turísticas auténticas y sostenibles en Lima, Perú, orientada a la ODS 12 Producción y Consumo Responsables

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN ARQUITECTURA DE INTERIORES

PRESENTADA POR

Arantxa González Haaker
DNI: 75682268, Perú

ASESOR

Jasmine Mora Sifuentes
DNI: 42796130, Perú
ORCID: 0009-0007-4244-4610

JURADO

Arestegui Morales Jesus Antonio
Arias Sánchez José Antonio
Ariza Velasco Fabio

Lima, Octubre 2025

Lokal

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:507824254

Submission Date
Oct 4, 2025, 10:10 AM GMT-5

Download Date
Oct 4, 2025, 3:40 PM GMT-5

File Name
Informe Final Creative Lab.pdf

File Size
1.5 MB

36 Pages

7,815 Words

48,284 Characters

turnitin Page 1 of 42 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:507824254

14% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

5% Internet sources
2% Publications
12% 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.

turnitin Page 2 of 42 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::11391:507824254

ÍNDICE DE CONTENIDO

Declaración Jurada de Autenticidad **2**

ÍNDICE DE CONTENIDO **3**

ÍNDICE DE TABLAS E ÍNDICE DE FIGURAS **4**

I. Información general **5**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 5

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 5

1.3Contextualización del Proyecto de Innovación 6

II. Descripción de la innovación **7**

2.1 Planteamiento del Problema 7

2.2 Población beneficiaria 8

2.3 Objetivo(s) del proyecto 9

2.4 Marco referencial 9

2.4.1 Antecedentes internacionales (plataformas de experiencias) 9

2.4.2 Antecedentes en Perú 11

2.4.3 Consideraciones teóricas 12

2.4.4 Casos y Aprendizajes aplicables a Lokal 13

2.5 Proceso Creativo y Experimentos 13

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 13

2.5.2 Información sobre el mercado 16

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 18

2.5.4 Diseño de Producto/Servicio 20

2.5.5 Modelo de Negocio 22

2.5.6 Resultados esperados 23

2.5.7 Prototipos desarrollados 24

2.5.8 Experimentos 27

2.5. Prototipos desarrollados 29

III. Estimación de costos **32**

3.1 Presupuesto 32

IV. Conclusiones y recomendaciones **34**

4.1 Conclusiones 34

4.2 Recomendaciones 35

V. Referencias Bibliográficas **36**

Anexos **37**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto estimado para el proyecto Lokal 32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de Problemas 8

Figura 2 Aplicación Airbnb Experiences 11

Figura 3 Esquema de Arquetipo Usuario en contexto actual 15

Figura 4 Costumer Journey Map as is del Arquetipo 16

Figura 5 Lienzo de Propuesta de Valor del Arquetipo 19

Figura 6 Canvas de la propuesta de valor del proyecto Lokal 22

Figura 7 Prototipo de baja fidelidad de la aplicación Lokal 25

Figura 8 Prototipo de alta fidelidad de la aplicación Lokal 26

Figura 9 Resultados de la encuesta a los usuarios 27

Figura 10 Evidencia de la entrevista al usuario 28

I.Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Lokal: Diseño de un servicio digital para la promoción de experiencias turísticas auténticas y sostenibles en Lima, Perú, orientada a la ODS 12 Producción y Consumo Responsables.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Lokal: Diseño de un servicio digital para la promoción de experiencias turísticas auténticas y sostenibles en Lima, Perú, orientado al ODS 12 Producción y Consumo Responsables, se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de Actividades profesionales, científicas y técnicas, y busca resolver la falta de visibilidad y acceso a experiencias turísticas locales sostenibles, auténticas y de bajo impacto ambiental, tanto para residentes como para visitantes, frente al predominio del turismo masivo y poco responsable, teniendo como población beneficiaria a viajeros conscientes, emprendedores locales y comunidades que buscan fortalecer su identidad cultural y económica a través del turismo sostenible.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas, utilizando herramientas de Design Thinking para poner al usuario en el centro del proceso y Lean Startup para validar y ajustar la propuesta de manera ágil. Estas metodologías contemplan la colaboración y el pensamiento visual, empleando herramientas como la técnica persona para definir arquetipos y validar usuarios, el mapa de actores para reconocer el contexto y el ecosistema del turismo sostenible, el Customer Journey Map para identificar puntos de mejora en la experiencia del usuario, el Canvas de Propuesta de Valor para consolidar el concepto innovador, y el Canvas de Modelo de Negocio para evaluar la sostenibilidad económica, social y ambiental de la propuesta, entre otras, presentadas en detalle en el documento.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una plataforma digital (app) que conecta a usuarios interesados en el turismo responsable con experiencias auténticas diseñadas por emprendedores locales, promoviendo el consumo consciente, la preservación del patrimonio cultural y el desarrollo económico de comunidades locales. Se trata de un servicio digital sostenible, que integra el triple balance: social (fortalece la

identidad y participación comunitaria), económico (genera ingresos locales) y ambiental (fomenta prácticas responsables y de bajo impacto).

Para la experimentación, se diseñaron prototipos digitales interactivos de la plataforma para testear la usabilidad, el interés de los usuarios y la claridad en la propuesta de valor, mediante encuestas y pruebas de interacción con usuarios potenciales. Los resultados evidenciaron una alta aceptación de la propuesta y la intención de uso entre jóvenes viajeros y consumidores conscientes, validando el potencial de impacto positivo y escalabilidad del servicio.

Se concluye que la solución propuesta facilita el acceso a experiencias turísticas sostenibles y genera valor compartido entre viajeros y comunidades locales, y se recomienda continuar con el desarrollo de la plataforma en una versión beta funcional, fortalecer alianzas con iniciativas de turismo responsable y promover su implementación en otras regiones del país.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En el Perú, la discusión sobre turismo sostenible se ha intensificado en los últimos años, evidenciando tanto avances como limitaciones estructurales. Investigaciones recientes destacan que el ecoturismo sostenible constituye una alternativa viable para la diversificación de la oferta, pero requiere de políticas y gestión más articuladas para su consolidación (Seminario-Córdova, Ruiz-Martel, Vila-Meneses, Pezo-Morales & Castañeda, 2023).

El crecimiento de las plataformas digitales de alojamiento y experiencias ha transformado la manera en que se organiza la oferta turística. Estudios señalan que estas plataformas han abierto oportunidades para la participación local, aunque aún existen retos para asegurar la sostenibilidad de largo plazo y el fortalecimiento de capacidades en los anfitriones (Camacho Castro, Cavazos Vizcarra & Monge Olivarría, 2024).

En el ámbito comunitario, experiencias en zonas rurales muestran que el turismo puede convertirse en un motor de desarrollo local. Por ejemplo, el turismo rural en bosques secos del norte peruano ha evidenciado potencial para la sostenibilidad, siempre que se acompañe de diagnósticos adecuados y propuestas organizadas por las comunidades (Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo & Cipra-Rodríguez, 2024). De manera similar, se ha

resaltado cómo el turismo sostenible, gestionado con apoyo de políticas públicas, puede mejorar las condiciones socioeconómicas locales y fortalecer el vínculo entre cultura, comunidad y territorio (Montoya Vargas, Medina Sotelo & Perfecto Sosa, 2024).

La dimensión económica también resulta clave. En Cusco, se ha demostrado que el turismo sostenible contribuye significativamente a la reactivación económica tras la pandemia, generando empleo y dinamizando sectores relacionados (Mamani-Hancco & Peñalver-Higuera, 2024). A escala mayor, la Amazonía peruana representa un caso crítico donde el turismo sostenible aparece como una vía estratégica para equilibrar conservación y progreso económico, siempre que exista inversión en infraestructura y articulación estatal (Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca & Perfecto Sosa, 2025).

Finalmente, es importante destacar la necesidad de articulación cultural en el turismo. La OMT (2016) subraya que el vínculo entre turismo, cultura y comunidad es fundamental para un desarrollo sostenible, especialmente en países como el Perú, donde la riqueza patrimonial puede convertirse en un recurso clave para experiencias turísticas auténticas.

II.Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En el Perú, el turismo urbano ha mostrado un crecimiento constante, aunque con una marcada concentración en circuitos tradicionales. Esto provoca efectos contraproducentes: por un lado, la saturación de los destinos más conocidos y, por otro, la escasa visibilidad de las experiencias gestionadas por familias y pequeños emprendedores. Investigaciones recientes señalan que el ecoturismo y el turismo comunitario constituyen alternativas viables, pero aún carecen de suficiente articulación con el mercado formal y políticas que impulsen su consolidación (Seminario-Córdova, Ruiz-Martel, Vila-Meneses, Pezo-Morales & Castañeda, 2023; Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo & Cipra-Rodríguez, 2024).

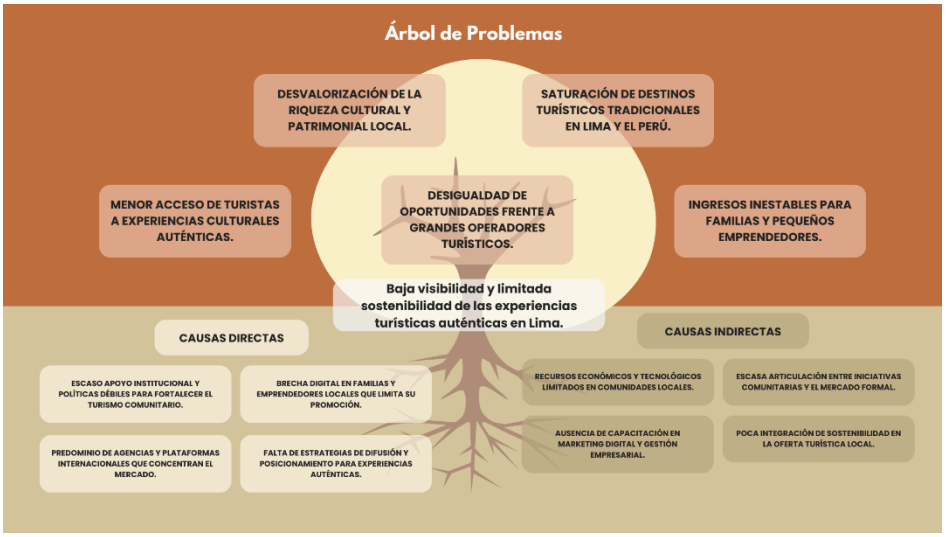
Un desafío adicional es la brecha digital que enfrentan los actores comunitarios, quienes disponen de recursos limitados para posicionarse frente a las grandes agencias y plataformas

internacionales. Como se ha señalado en la literatura, el turismo sostenible y vivencial tiene potencial de diversificar la oferta y conectar visitantes con anfitriones, pero su alcance es restringido por la falta de estrategias de visibilidad y apoyo institucional (Camacho Castro, Cavazos Vizcarra & Monge Olivarría, 2024; Cárdenas & Rivero, 2021, citados en Peralta & Apaza, 2022).

El problema central puede definirse como la baja visibilidad y limitada sostenibilidad de las experiencias turísticas auténticas en Lima, lo que impide a los actores locales consolidar ingresos estables y contribuir al cumplimiento del ODS 12: Producción y Consumo Responsables.

Figura 1.

Árbol de Problemas de la baja visibilidad y limitada sostenibilidad de experiencias turísticas auténticas en Lima.



Nota. La figura muestra las causas directas e indirectas, el problema central y los efectos relacionados con la baja visibilidad y sostenibilidad de las experiencias turísticas auténticas en Lima. (*Elaboración propia)*.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria directa está conformada por familias, emprendedores y comunidades locales que gestionan experiencias vinculadas a la gastronomía, los oficios artesanales y la cultura barrial. Estos grupos se localizan en distritos con un alto valor histórico y cultural, como el Rímac, el Centro Histórico de Lima, Barranco o Surquillo, y

encuentran en el turismo sostenible una vía para fortalecer su identidad y diversificar ingresos (Belupu Marchan et al., 2024).

La población beneficiaria indirecta la constituyen los visitantes nacionales e internacionales interesados en alternativas auténticas y responsables, así como las comunidades que reciben un impacto económico positivo derivado de la actividad turística. Tal como subraya la OMT (2016), la articulación entre turismo, cultura y comunidad resulta esencial para ampliar oportunidades y generar beneficios compartidos en los destinos.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General:

Diseñar un servicio digital que permita a familias y emprendedores locales de Lima visibilizar, gestionar y promocionar experiencias turísticas auténticas y sostenibles, contribuyendo al fortalecimiento de economías comunitarias y al cumplimiento del ODS 12: Producción y Consumo Responsables.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar un sistema de reservas y gestión que facilite la autogestión de experiencias por parte de los anfitriones locales.
- Integrar mecanismos de reputación y confianza que fortalezcan la relación entre visitantes y organizadores.
- Promover prácticas sostenibles en la gestión de experiencias, alineadas con la protección cultural y ambiental.
- Generar visibilidad digital de las experiencias mediante estrategias de difusión en entornos locales y globales.

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes internacionales (plataformas de experiencias)

En los últimos años, el turismo internacional ha estado marcado por la irrupción de plataformas digitales que articulan experiencias locales y culturales, transformando la forma en que se conciben los viajes. Investigaciones recientes señalan que el uso de tecnologías y

plataformas se ha consolidado como un medio para diversificar la oferta turística y conectar directamente a visitantes con anfitriones (Camacho Castro, Cavazos Vizcarra & Monge Olivarría, 2024).

Desde la perspectiva del turismo sostenible, estudios realizados en la región latinoamericana muestran que las plataformas pueden ser una vía para democratizar la participación de comunidades en el mercado turístico, aunque todavía se requieren políticas públicas y diagnósticos adecuados para garantizar su sostenibilidad (Montoya Vargas, Medina Sotelo & Perfecto Sosa, 2024). De hecho, experiencias desarrolladas en espacios rurales del Perú confirman que la digitalización y la visibilidad son factores críticos para que estas iniciativas trasciendan a nivel internacional (Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo & Cipra-Rodríguez, 2024).

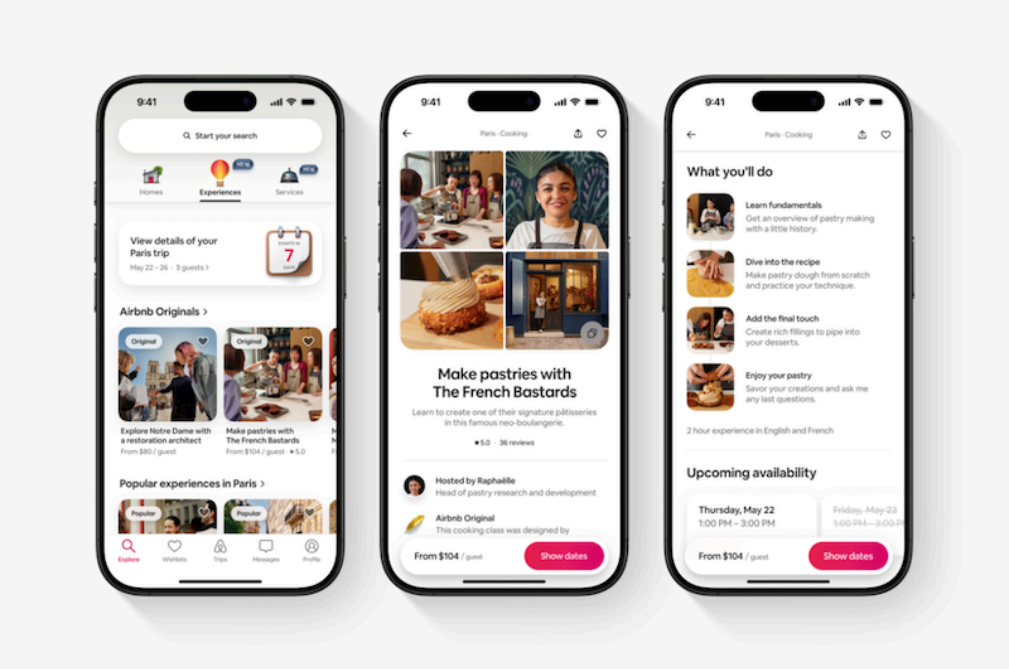
A nivel internacional, organismos como la Organización Mundial del Turismo (OMT) han resaltado que la integración de turismo, cultura y comunidad constituye un marco esencial para el desarrollo de nuevas experiencias turísticas sostenibles. Este modelo reconoce el rol de las comunidades anfitrionas en la creación de valor y en la preservación de la identidad cultural (OMT, 2016).

Asimismo, en el caso del ecoturismo sostenible, se ha demostrado que su implementación en contextos globales favorece no solo la diversificación de la oferta, sino también la protección de ecosistemas y tradiciones frente a la homogeneización cultural propia de la globalización (Seminario-Córdova, Ruiz-Martel, Vila-Meneses, Pezo-Morales & Castañeda, 2023).

En conjunto, estos antecedentes internacionales muestran que las plataformas de experiencias representan una tendencia en expansión, con un potencial significativo para impulsar modelos turísticos responsables, inclusivos y con capacidad de generar beneficios directos en las comunidades locales.

Figura 2.

Aplicación Airbnb Experiences (Antescedente Internacional).



Nota. Tomado de *Airbnb Experiences* (2024)

2.4.2 Antecedentes en Perú

En el Perú, el turismo comunitario se ha desarrollado principalmente en regiones como Cusco, Puno y Amazonas, donde las comunidades han logrado articular circuitos culturales y vivenciales con impacto positivo en sus economías locales. Estudios recientes señalan que el turismo vivencial ha permitido diversificar la oferta y generar un vínculo más estrecho entre visitantes y anfitriones, aportando tanto a la sostenibilidad cultural como al desarrollo económico de las comunidades (Cárdenas & Rivero, citados en Peralta & Apaza, 2022).

Sin embargo, investigaciones también advierten que estas experiencias, pese a su potencial en contextos rurales, enfrentan mayores dificultades cuando se trasladan al ámbito urbano. Entre los principales desafíos se encuentran la escasa digitalización, la falta de promoción sostenida

y la limitada articulación con actores gubernamentales y privados (Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo & Cipra-Rodríguez, 2024).

En esa línea, trabajos como el de Ojeda Portugal, Alarcón Vilca, Díaz Santivañez, Maquera Yucra & Gonzales-Véliz (2024) resaltan que la educación ambiental y la concientización de los visitantes son componentes esenciales para que el turismo sostenible logre un impacto duradero. De igual manera, investigaciones aplicadas en Cusco destacan cómo el turismo ha sido un eje para la reactivación económica pospandemia, aunque con retos persistentes en la gestión tecnológica y la profesionalización de los servicios (Mamani-Hancco & Peñalver-Higuera, 2024).

En conjunto, estos antecedentes nacionales muestran que el turismo comunitario peruano ha alcanzado avances significativos en áreas rurales, pero aún requiere estrategias digitales y mecanismos de promoción que permitan consolidar experiencias auténticas también en escenarios urbanos como Lima.

2.4.3 Consideraciones teóricas

El proyecto se sustenta en dos marcos teóricos principales:

El turismo sostenible se plantea como un enfoque que busca equilibrar los beneficios económicos con la conservación cultural y ambiental. Seminario-Córdova, Ruiz-Martel, Vila-Meneses, Pezo-Morales y Castañeda (2023) sostienen que “el ecoturismo en el Perú constituye una alternativa viable de desarrollo siempre que se garantice una gestión adecuada y participativa” (p. 84).

Economía de plataformas.La digitalización ha transformado el turismo, generando nuevas formas de acceder a la oferta y construir confianza entre visitantes y anfitriones. Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024) señalan que “las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones” (p. 220). De manera complementaria, Peralta y Apaza (2022) advierten que “la falta de canales de difusión

efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), lo que refleja la necesidad de fortalecer la visibilidad y la gestión de experiencias auténticas a través de herramientas tecnológicas.

2.4.4 Casos y aprendizajes aplicables a Lokal

De los antecedentes revisados se desprenden aprendizajes clave. La confianza del usuario depende de la profesionalización y validación de los anfitriones, pues "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (Camacho Castro, Cavazos Vizcarra & Monge Olivarría, 2024, p. 220). Asimismo, el turismo sostenible puede redistribuir beneficios en favor de las comunidades, dado que "constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico, siempre que se garantice una gestión participativa y beneficios compartidos" (Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca & Perfecto Sosa, 2025, p. 92). Finalmente, la especialización en nichos fortalece la identidad cultural, ya que "el turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú ha permitido diversificar la oferta y fortalecer la identidad cultural a través de propuestas diferenciadas" (Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo & Cipra-Rodríguez, 2024, p. 33), mientras que las políticas públicas con enfoque territorial resultan determinantes para potenciar estas iniciativas (Montoya Vargas, Medina Sotelo & Perfecto Sosa, 2024, p. 186).

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El arquetipo central del proyecto corresponde a familias, comuneros y emprendedores locales de Lima que ofrecen experiencias turísticas auténticas (gastronomía, talleres artesanales y recorridos culturales). Este grupo enfrenta una tensión estructural: por un lado desean compartir sus saberes y obtener ingresos; por otro, carecen de canales de difusión y herramientas que les permitan reducir la incertidumbre operativa.

Los hallazgos cualitativos muestran que los dilemas principales del arquetipo son de tres tipos:

- **Dilemas operativos:** incertidumbre en la asistencia, dificultades para planificar insumos y horarios, y escasa capacidad para gestionar pagos y confirmaciones.

- **Dilemas de visibilidad:** falta de canales digitales adecuados que permitan posicionar la oferta ante turistas interesados por la autenticidad.

- **Dilemas de valoración:** competencia con ofertas masivas que compiten por precio y hacen difícil que prácticas responsables se traduzcan en mejores ingresos.

Estos problemas están en línea con investigaciones sobre turismo comunitario que subrayan la necesidad de fortalecer las capacidades digitales de los anfitriones para consolidar sus propuestas. En esta perspectiva, Peralta y Apaza (2022) advierten que "la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86). De manera similar, Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024) sostienen que "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220).

En contraste con los problemas, las motivaciones del arquetipo son profundas y estables: preservar saberes locales, reforzar identidad cultural y generar ingresos que permitan la sostenibilidad del emprendimiento familiar. Estas motivaciones configuran también sus jobs to be done: comunicar la autenticidad de la experiencia, garantizar un flujo estable de visitantes y administrar recursos sin pérdidas. En la práctica esto se traduce en tareas concretas como coordinar miembros de la familia o comunidad para la actividad, comprar insumos locales en cantidad adecuada y preparar materiales o espacios para la experiencia.

De la síntesis de entrevistas y observación emergen también puntos de dolor y ganancias esperadas que la solución debe atender:

- **Puntos de dolor:** preparar insumos sin certezas sobre asistentes; falta de habilidades digitales para publicar ofertas; competencia por precio que desincentiva prácticas sostenibles; y ausencia de apoyos institucionales para capacitación.

- **Ganancias esperadas:** reservas confirmadas que permitan planificar con antelación; visibilidad que aumente la demanda; reconocimiento por prácticas sostenibles (insignias/sellos); y herramientas fáciles para gestionar pagos, calendario y comunicación con visitantes.

Ese mapa de dilemas, tareas y expectativas fundamenta la elección del arquetipo como núcleo del diseño de Lokal: una solución que prioriza la reducción de incertidumbre operativa, la visibilidad digital y la legitimación de prácticas sostenibles. La integración de funciones como calendario con confirmaciones, pasarela de pago segura, perfil verificado con sello sostenible y kit cultural digital responde directamente a las necesidades identificadas en este arquetipo.

Figura 3.

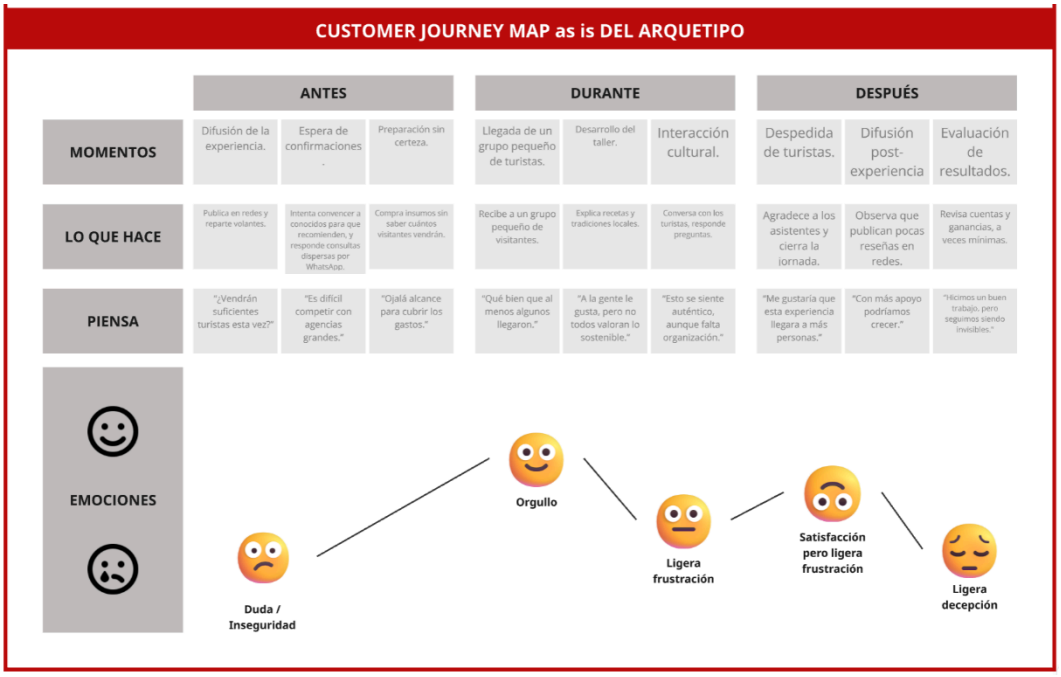
Esquema de Arquetipo Usuario en contexto actual.



Nota. Se representa al usuario tipo (turista nacional o extranjero) con sus características, motivaciones y necesidades en relación con experiencias auténticas y sostenibles. (Elaboración propia).

Figura 4.

Costumer Journey Map as is del Arquetipo.



Nota. El diagrama describe el recorrido actual del usuario arquetipo al interactuar con experiencias turísticas en Lima, mostrando momentos, emociones y puntos de fricción antes, durante y después del servicio. (Elaboración propia).

.2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado turístico en Lima refleja un contraste evidente entre el turismo masivo y las iniciativas locales sostenibles. En el caso peruano, se ha documentado que el ecoturismo y el

turismo comunitario son alternativas que permiten diversificar la oferta frente a los modelos convencionales, pero aún existen limitaciones en la articulación de estas propuestas con los mercados globales (Seminario-Córdova, Ruiz-Martel, Vila-Meneses, Pezo-Morales & Castañeda, 2023). Esta brecha es particularmente visible en zonas urbanas como Lima, donde la mayoría de visitantes se concentra en circuitos tradicionales y agencias de gran escala, dejando rezagados a pequeños emprendedores.

La demanda internacional muestra un interés creciente por experiencias responsables y auténticas. Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo y Cipra-Rodríguez (2024) señalan que "el turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú ha permitido diversificar la oferta y fortalecer la identidad cultural a través de propuestas diferenciadas" (p. 33). Este hallazgo confirma que los viajeros con mayor conciencia ambiental y cultural están dispuestos a valorar prácticas sostenibles como criterio de elección.

En cuanto a plataformas, se ha demostrado que los entornos digitales transforman las dinámicas de consumo turístico. Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024) afirman que "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220). De manera complementaria, Peralta y Apaza (2022) destacan que "la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), lo que muestra que la digitalización aún es un desafío estructural para los emprendedores locales.

El mercado limeño enfrenta tres grandes limitaciones:

- **Baja visibilidad digital** de los emprendedores locales, lo que reduce su alcance a turistas interesados en la autenticidad.

- **Competencia con agencias grandes** que ofrecen precios bajos sin criterios de sostenibilidad.

- **Escaso apoyo institucional** en la capacitación digital y en la certificación de prácticas responsables.

Frente a este escenario, se abre un espacio de oportunidad para soluciones como **Lokal**, que no busca competir directamente con agencias masivas, sino conectar a turistas conscientes con anfitriones responsables. Como resaltan Montoya Vargas, Medina Sotelo y Perfecto Sosa (2024), "las políticas públicas con enfoque territorial resultan determinantes para que el turismo sostenible fortalezca a las comunidades y potencie su identidad cultural" (p. 186). De este modo, el valor en el mercado turístico limeño no se mide únicamente en precio, sino en la capacidad de ofrecer experiencias auténticas que integren identidad cultural, sostenibilidad y beneficio comunitario.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

La propuesta de valor de Lokal consiste en ofrecer una plataforma digital especializada que permita a los anfitriones locales publicar, gestionar y dar visibilidad a sus experiencias culturales, gastronómicas y artesanales. De esta forma, se plantea una solución que atiende tanto a la oferta como a la demanda: los anfitriones logran mayor alcance y profesionalización, mientras que los turistas acceden a propuestas auténticas, con un sello de sostenibilidad verificado.

Según Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024), "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220). En este sentido, Lokal responde a:

- **Tareas de los arquetipos:** promocionar y gestionar experiencias locales de forma eficiente, atrayendo visitantes responsables.

- **Dolores de los arquetipos:** falta de visibilidad, escasez de recursos para difusión y dificultad de competir con agencias tradicionales.

- **Ganancias esperadas:** mayor número de reservas, reconocimiento de la identidad cultural y validación como experiencias sostenibles.

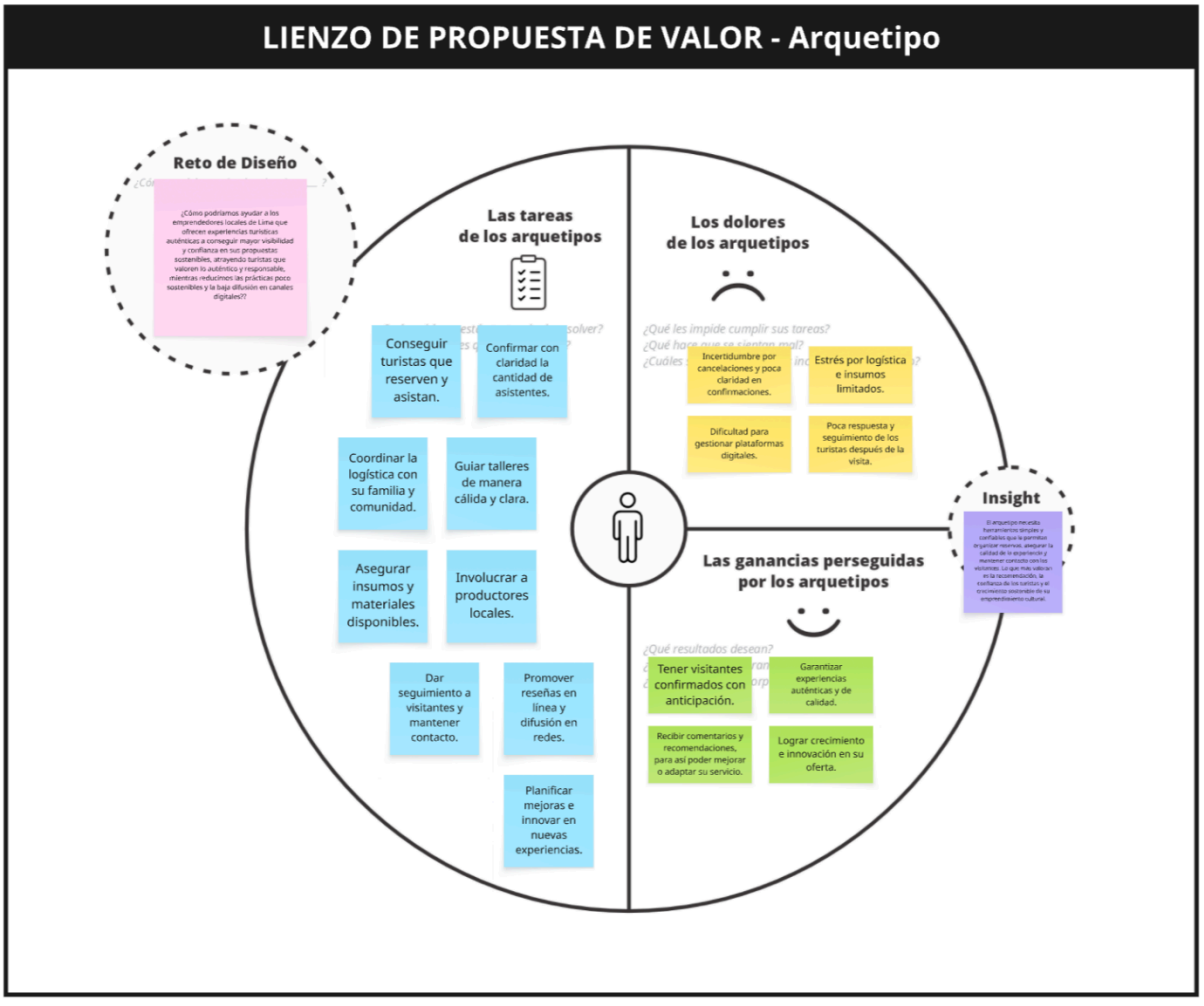
El valor diferencial de Lokal radica en que no solo funciona como un **Marketplace**, sino también como un **ecosistema de confianza**, donde se integran:

- **Un sello digital de sostenibilidad**, que genera confianza en los turistas.
- **Herramientas de difusión y reseñas**, que destacan a los anfitriones con buenas prácticas.
- **Funcionalidades de gestión interna** (reservas, calendario, pagos), que reducen la carga administrativa de los emprendedores.

De acuerdo con Montoya Vargas, Medina Sotelo y Perfecto Sosa (2024), "las políticas públicas con enfoque territorial resultan determinantes para que el turismo sostenible fortalezca a las comunidades y potencie su identidad cultural" (p. 186). En esa línea, Lokal busca materializar un modelo de turismo urbano que combine tecnología, sostenibilidad y desarrollo comunitario, alineándose con el ODS 12 de Producción y Consumo Responsables al promover un consumo más justo, consciente y sostenible.

Figura 5.

Lienzo de Propuesta de Valor del Arquetipo.



Nota. El lienzo sintetiza el reto de diseño del proyecto Loka, asi como las tareas, dolores y ganancias perseguidas de los arquetipos. (Elaboración propia).

2.5.4 Diseño de producto/servicio

La plataforma cuenta con distintos apartados para anfitriones y turistas:

- **Perfil del anfitrión:** incluye fotografía, biografía, certificación de sostenibilidad, reseñas y calendario de disponibilidad.

- **Publicación de experiencias:** módulo donde los anfitriones pueden crear nuevas propuestas con descripción, precio, ubicación georreferenciada, itinerario y fotografías.

- **Búsqueda de experiencias:** sección para turistas con filtros por categoría (gastronomía, cultura, naturaleza), precio, ubicación y nivel de sostenibilidad.

- **Gestión de reservas:** calendario integrado que permite confirmar, reagendar o cancelar reservas de manera sencilla.

- **Mensajería directa:** canal de comunicación entre anfitriones y turistas para resolver dudas antes y después de la experiencia.

- **Sistema de reseñas:** retroalimentación con texto y fotos que aumenta la confianza y la visibilidad del servicio.

Mecánica del servicio

El funcionamiento del servicio sigue un flujo claro:

1. El anfitrión publica su experiencia cultural, gastronómica o artesanal en la aplicación.

2. Los turistas buscan opciones disponibles según sus intereses y reservan en línea.

3. El anfitrión recibe la confirmación y coordina la experiencia mediante el calendario y la mensajería de la app.

4. El turista asiste a la actividad (taller, recorrido o visita) y posteriormente califica la experiencia.

5. Los comentarios y reseñas quedan en la plataforma, generando mayor visibilidad para futuros visitantes.

En este sentido, investigaciones recientes destacan que la **digitalización de recorridos y experiencias turísticas** no solo amplía el alcance, sino que también aporta confianza y visibilidad a los anfitriones. Peralta y Apaza (2022) señalan que "la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), lo que justifica la importancia de una plataforma que convierta procesos informales en un sistema digital claro y confiable.

Triple balance del servicio

El diseño del servicio no solo se enfoca en la usabilidad tecnológica, sino en un impacto de **triple balance**:

- **Social:** fortalece la identidad cultural limeña, empodera a familias y comunidades y genera espacios de interacción directa entre anfitriones y turistas.

- **Económico:** amplía los ingresos de emprendedores locales mediante reservas justas y acceso a un mercado más amplio, reduciendo la dependencia de intermediarios tradicionales.

- **Ambiental:** promueve el consumo local y de temporada, fomenta la reducción del uso de plásticos en experiencias y motiva a turistas y anfitriones a adoptar prácticas responsables.

Tal como sostienen Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025), "el turismo sostenible en la Amazonía peruana constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico, siempre que se garantice una gestión participativa y beneficios compartidos para las poblaciones locales" (p. 92). Esta lógica refuerza la propuesta de Lokal como un servicio integral que transforma la forma de experimentar el turismo urbano en Lima.

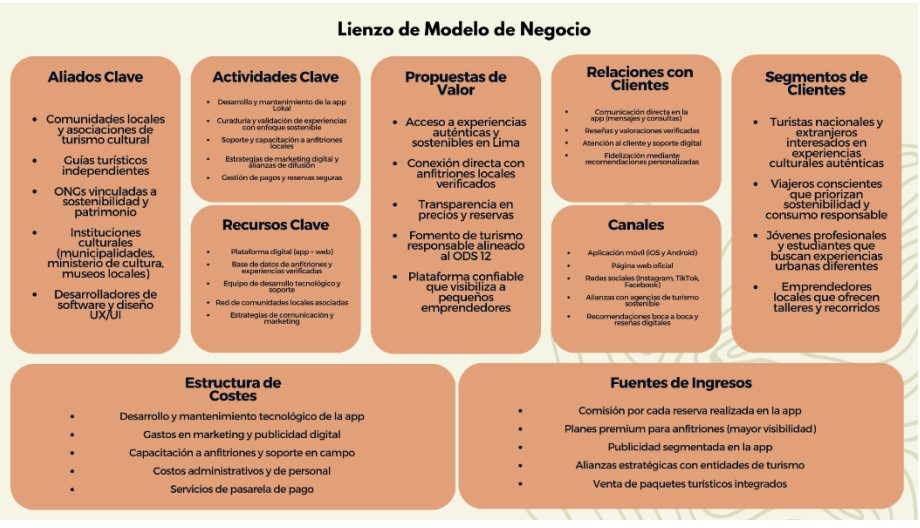
2.5.5 Modelo de Negocio

El diseño del servicio Lokal se fundamenta en el Business Model Canvas (BMC), que permite visualizar de manera integral los principales componentes de un modelo de negocio. En esta línea, Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024) sostienen que "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220).

Bajo este marco, Lokal articula los elementos centrales de la innovación en turismo sostenible, buscando equilibrar viabilidad económica, impacto social y responsabilidad ambiental. Su modelo conecta a anfitriones locales con turistas nacionales e internacionales mediante un canal digital confiable, intuitivo y diferenciado, que fomente prácticas responsables en el marco del ODS 12: Producción y Consumo Responsables.

Figura 6.

Canvas de la propuesta de valor del proyecto Lokal.



Nota. Elaboración propia. El esquema muestra la relación entre las tareas, dolores y ganancias de los anfitriones locales, y las soluciones que ofrece Lokal como servicio digital.

De esta manera, Lokal transforma las dinámicas tradicionales del turismo urbano en Lima hacia un esquema más justo, responsable y sostenible. Como destacan Montoya Vargas, Medina Sotelo y Perfecto Sosa (2024), "las políticas públicas con enfoque territorial resultan determinantes para que el turismo sostenible fortalezca a las comunidades y potencie su identidad cultural" (p. 186). Esta perspectiva respalda la propuesta de un servicio que no solo genera satisfacción inmediata en los visitantes, sino que también contribuye a un impacto positivo y duradero en la sociedad y el entorno.

2.5.6 Resultados esperados

El resultado ideal del proyecto Lokal se proyecta en la interacción directa entre anfitriones locales y turistas a través de la plataforma digital. Una vez implementada, la aplicación permitirá que las experiencias culturales, gastronómicas y artesanales en Lima sean más visibles, accesibles y sostenibles.

En primer lugar, los emprendedores y familias anfitrionas tendrán la posibilidad de ampliar su alcance y profesionalizar la gestión de sus experiencias. Gracias al sistema de reservas, reseñas y sello de sostenibilidad, se espera que logren mayor confianza por parte de los visitantes y que puedan incrementar sus ingresos de manera estable. Como señalan Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo y Cipra-Rodríguez (2024), "el turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú ha permitido diversificar la oferta y fortalecer la identidad cultural a través de propuestas diferenciadas" (p. 33), lo cual confirma la importancia de transmitir autenticidad y responsabilidad social en cada experiencia.

Por otro lado, los turistas nacionales e internacionales se beneficiarán de un canal confiable que les ofrezca experiencias auténticas alineadas con valores sostenibles. Esto reducirá la percepción de riesgo asociada a la informalidad y aumentará la satisfacción mediante vivencias transformadoras. Como afirman Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025), "el turismo sostenible en la Amazonía peruana

constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico, siempre que se garantice una gestión participativa y beneficios compartidos" (p. 92).

Asimismo, se espera un impacto positivo a nivel urbano y comunitario:

- **Social:** mayor visibilidad y reconocimiento de la identidad cultural limeña.
- **Económico:** generación de nuevas fuentes de ingresos en comunidades locales.
- **Ambiental:** disminución de prácticas poco responsables y mayor adopción de consumo local.

En consecuencia, el resultado ideal es que Lokal se convierta en un ecosistema sostenible de turismo urbano en Lima, capaz de posicionarse como referente en turismo responsable a nivel nacional y servir como modelo replicable en otras ciudades del país.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El proyecto Lokal avanzó en dos niveles de prototipado que facilitaron la visualización y validación de la propuesta antes de su implementación real. El uso de herramientas digitales permitió desarrollar versiones accesibles y comprensibles tanto para el equipo de trabajo como para los usuarios involucrados en el proceso de experimentación.

Prototipo de baja fidelidad

En la primera etapa se elaboró un prototipo básico que representaba la estructura general de la aplicación. Este incluyó pantallas iniciales como la portada, la vista de experiencias disponibles, el perfil simplificado de anfitriones y un esquema preliminar del calendario de reservas. La finalidad fue validar la arquitectura de la información y el flujo básico de navegación. Según Peralta y Apaza (2022), "la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), por lo que la validación temprana de un prototipo resulta esencial para identificar problemas de visibilidad y navegación antes de la implementación final.

Figura 7.

Prototipo de baja fidelidad de la aplicación Lokal.



Nota. Pantallas iniciales del diseño del servicio en formato esquemático, utilizadas para validar la estructura de la app. (Elaboración propia).

Prototipo de alta fidelidad

Posteriormente, se diseñó un prototipo de alta fidelidad en Canva con un mayor nivel de detalle visual y narrativo. Este incorporó tipografías, colores, íconos y fotografías representativas del contexto limeño. Las pantallas incluyeron apartados clave: publicación de experiencias, perfil de anfitrión con sello de sostenibilidad, mensajería directa y sistema de reseñas con fotografías. El objetivo fue simular de manera más realista la experiencia del usuario, transmitiendo cómo sería la interacción final con la aplicación. Tal como sostienen Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024), "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220), lo que confirma la relevancia de prototipos de este tipo para anticipar cómo la tecnología puede mejorar la experiencia de uso y reducir fricciones en la interacción entre anfitriones y visitantes.

Figura 8.

Prototipo de alta fidelidad de la aplicación Lokal.



Nota. Diseño final en alta resolución de las pantallas principales de la app, que refleja la propuesta de experiencia de usuario y la estética visual definida para el proyecto. (Elaboración propia).

El desarrollo de estos prototipos permitió tomar decisiones críticas sobre la claridad de la interfaz, la necesidad de filtros de búsqueda, la visibilidad de precios y la optimización del flujo de reservas. En este sentido, Peralta y Apaza (2022) destacan que "la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), lo cual refuerza la importancia de validar desde etapas tempranas la usabilidad de las herramientas digitales y la claridad de los procesos para los usuarios.

En conclusión, los prototipos en Canva demostraron ser herramientas clave en la construcción del servicio, al facilitar la retroalimentación temprana y alinear la propuesta con las expectativas tanto de anfitriones como de turistas.

2.5.8 Experimentos

El proceso de validación de Lokal se desarrolló a través de experimentos con potenciales usuarios, cuyo objetivo fue comprobar la claridad, confianza y utilidad de la aplicación en su fase inicial.

Objetivo

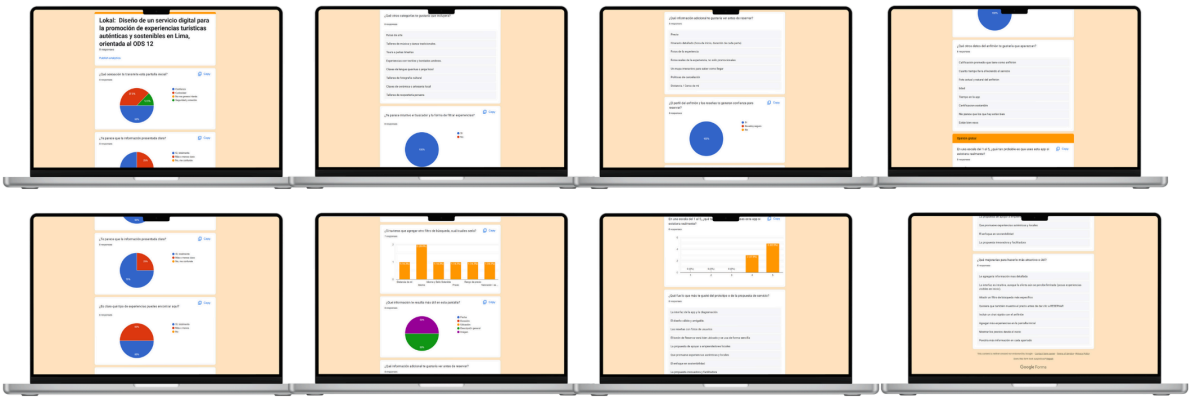
El objetivo principal fue validar si los elementos del prototipo lograban transmitir transparencia, confianza y facilidad de uso a los turistas, además de identificar oportunidades de mejora en la propuesta de valor.

Metodología

Se diseñó un prototipo en baja resolución en Canva, el cual fue presentado en encuestas a 8 usuarios y probado en entrevistas con 1 usuario en mayor profundidad. Esto permitió obtener tanto datos cuantitativos (frecuencia de respuestas en encuestas) como datos cualitativos (percepciones y sugerencias en entrevistas). Como señalan Seminario-Córdova, Ruiz-Martel, Vila-Meneses, Pezo-Morales y Castañeda (2023), “el ecoturismo en el Perú constituye una alternativa viable de desarrollo siempre que se garantice una gestión adecuada y participativa” (p. 84), lo que confirma que la validación temprana de hipótesis y procesos es fundamental para fortalecer modelos de turismo sostenible.

Figura 9.

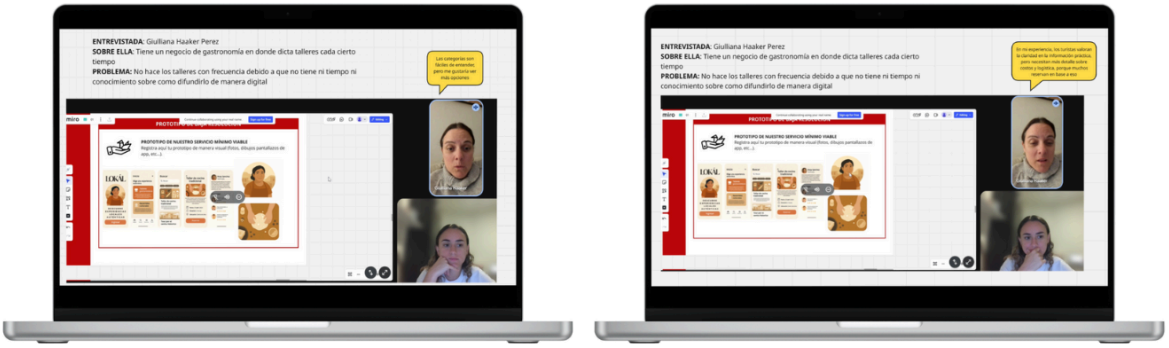
Resultados de la encuesta a los usuarios.



Nota. Capturas de pantalla que sintetizan las principales métricas obtenidas en la validación con usuarios, mostrando el nivel de aceptación, claridad de la propuesta y recomendaciones de mejora. (Elaboración propia).

Figura 10.

Evidencia de la entrevista al usuario.



Nota. Fragmentos de entrevistas realizadas a turistas y anfitriones, donde expresan percepciones sobre la propuesta, resaltando fortalezas y oportunidades de mejora. (Elaboración propia).

Resultados y aprendizajes

Los principales hallazgos de los experimentos fueron:

- Las reseñas se identificaron como el principal factor de confianza para los turistas. Esto coincide con lo señalado por Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024), quienes sostienen que "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220).

- El detalle previo de las experiencias (qué incluye, qué llevar, recomendaciones) resultó ser crucial para la decisión de reserva, confirmando la necesidad de información clara en la gestión de la oferta (Peralta & Apaza, 2022).

- El sello sostenible en los perfiles fue valorado como un diferenciador que atrae a turistas conscientes, en línea con lo planteado por Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya

Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025), quienes destacan que el turismo sostenible constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico.

- Los usuarios manifestaron la necesidad de mapas interactivos y filtros prácticos para optimizar la búsqueda de experiencias, lo que refuerza los aprendizajes sobre digitalización en el sector turístico comunitario (Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo & Cipra-Rodríguez, 2024).

Decisiones tomadas

A partir de los hallazgos, se incorporaron ajustes clave al diseño del prototipo:

- Inclusión de **precios visibles** en la vista previa de cada experiencia.
- Integración de un **mapa interactivo** para localizar actividades.
- **Ampliación del catálogo** inicial de experiencias.
- Incorporación del **sello de sostenibilidad** en perfiles de anfitriones certificados.
- **Optimización del flujo de reserva**, haciéndolo más rápido y directo.

Validación de hipótesis

Las hipótesis planteadas sobre confianza, claridad y sostenibilidad fueron confirmadas: los usuarios respondieron positivamente a la propuesta siempre que existiera transparencia en la información y elementos que transmitieran seguridad. En esta línea, Peralta y Apaza (2022) advierten que “la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas” (p. 86), lo que demuestra que validar directamente con los usuarios no solo confirma hipótesis, sino que también revela mejoras necesarias para fortalecer la experiencia digital.

Descripción de la solución innovadora

La propuesta se materializa en una **plataforma digital (app y versión web)** que conecta a turistas con anfitriones locales. El valor diferencial se encuentra en:

- **Propuesta de valor:** dar visibilidad y confianza a los anfitriones a través de perfiles digitales, un sello de sostenibilidad y herramientas de gestión de reservas. A los turistas, ofrecerles experiencias auténticas, con información clara, reseñas confiables y prácticas responsables.

- **Modelo de negocio:** sustentado en el Business Model Canvas, con ingresos provenientes de comisiones por reserva, suscripciones premium para anfitriones y alianzas con instituciones públicas y privadas. Tal como destacan Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024), "las plataformas digitales de alojamiento y experiencias han modificado la manera de consumir turismo, aunque persisten retos vinculados con la sostenibilidad y la profesionalización de los anfitriones" (p. 220).

Sostenibilidad del proyecto

El proyecto se alinea con el **ODS 12: Producción y Consumo Responsables**, garantizando un impacto de **triple balance**:

- **Social:** empodera a comunidades locales y fortalece la identidad cultural limeña.

- **Económico:** diversifica las fuentes de ingresos de los anfitriones, evitando intermediarios desiguales.

- **Ambiental:** fomenta prácticas responsables, como la reducción de plásticos, el consumo local y la concientización turística.

En esta línea, Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025) sostienen que "el turismo sostenible en la Amazonía peruana constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico, siempre que se garantice una gestión participativa y beneficios compartidos para las poblaciones locales"

(p. 92). Este enfoque confirma que la propuesta de Lokal no solo responde a necesidades de mercado, sino también a la construcción de un modelo de turismo urbano más justo, consciente y sostenible.

Plan de actividades

El desarrollo del proyecto se plantea en fases que permiten escalar de manera progresiva:

- Iteración inicial (6 meses): pruebas piloto en distritos de alto interés turístico (Barranco, Miraflores y Centro Histórico), con el objetivo de validar la propuesta en espacios donde la demanda turística ya se encuentra consolidada. Como señalan Peralta y Apaza (2022), "la ausencia de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), por lo que esta etapa resulta clave para probar mecanismos de visibilidad digital.

- Réplica (12 meses): expansión hacia otras zonas urbanas y turísticas del país, integrando un mayor número de anfitriones y diversificando la oferta. En este sentido, Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo y Cipra-Rodríguez (2024) destacan que el turismo comunitario "ha permitido diversificar la oferta y fortalecer la identidad cultural de las comunidades" (p. 33), lo cual respalda la pertinencia de la réplica en nuevos territorios.

- Masificación (2 años): consolidación nacional con alianzas institucionales y exploración de mercados internacionales mediante acuerdos con PromPerú y plataformas globales. Según Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025), "el turismo sostenible constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico" (p. 92), lo que justifica la articulación de alianzas a mayor escala.

Recursos necesarios

- **Recursos humanos:** equipo de diseño UX/UI, desarrolladores de software, especialistas en turismo sostenible, personal de marketing digital y soporte técnico. En esta línea, Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024) señalan que la profesionalización de los anfitriones y la integración de equipos multidisciplinarios son esenciales para que las plataformas digitales logren impacto sostenible (p. 220).

- **Recursos materiales:** dispositivos móviles de prueba, servidores de alojamiento, material gráfico y audiovisual para difusión. Según Peralta y Apaza (2022), la visibilidad de

los emprendimientos depende en gran medida de contar con canales efectivos de promoción y recursos de comunicación adecuados (p. 86).

- **Recursos tecnológicos:** software de diseño de aplicaciones (Figma), lenguajes de programación para el desarrollo de la app, pasarelas de pago seguras, sistemas de georreferenciación y mensajería interna. Tal como destacan Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo y Cipra-Rodríguez (2024), la digitalización constituye un eje estratégico para diversificar y consolidar el turismo comunitario en entornos competitivos (p. 33).

- En conclusión, **Lokal** constituye una propuesta de innovación que combina impacto cultural y social con un modelo de negocio escalable. La solución tiene el potencial de convertirse en un referente de **turismo urbano sostenible en Perú**, ofreciendo beneficios tangibles tanto a los anfitriones como a los turistas, en coherencia con el ODS 12 sobre Producción y Consumo Responsables.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Para la implementación inicial del proyecto Lokal, se ha estimado un presupuesto total de S/. 28,000, correspondiente a la fase piloto con una duración de seis meses. Este presupuesto incluye el desarrollo tecnológico, acciones de difusión, validación con usuarios y la capacitación de los anfitriones locales, garantizando un despliegue sostenible y coherente con los objetivos de la propuesta.

La estructura del presupuesto se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1.

Presupuesto estimado para el proyecto Lokal.

Categoría	Detalle	Costo (S/.)
Desarrollo UX/UI	Programación + diseño (MVP mejorado)	**S/. 10,000**

Hosting + Licencias	Hosting anual + herramientas diseño	**S/. 2,000**
Marketing y Difusión	Ads + material gráfico (3 meses)	**S/. 3,000**
Testing y Validación	Incentivos + encuestas + pruebas prototipo	**S/. 1,500**
Soporte Técnico Inicial	Mantenimiento y soporte (3 meses)	**S/. 2,000**
Producción Audiovisual	Fotos y videos para difusión	**S/. 2,000**
Dispositivos de Prueba	[redacted]	**S/. 28,000**
Capacitación Anfitriones	[redacted]	[redacted]
Contingencia	Reserva para imprevistos (≈7%)	**S/. 2,500**

Nota. La tabla muestra una proyección de costos aproximados para el desarrollo y validación del servicio, incluyendo diseño, prototipado, pruebas con usuarios y marketing inicial. (Elaboración propia).

Este presupuesto busca garantizar la viabilidad enómica del proyecto, priorizando tanto el desarrollo digital como la puesta en valor de la red de anfitriones locales, quienes son el eje central de la experiencia. Se considera, además, un fondo de contingencia equivalente al 7% del monto total, destinado a atender variaciones en los costos de mercado o necesidades emergentes.

En conclusión, el presupuesto de S/. 28,000 se presenta como una alternativa realista y alcanzable, alineada a los objetivos de innovación social, sostenibilidad y fortalecimiento de la economía local que impulsa el proyecto. Como señalan Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025), “el turismo sostenible constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico” (p. 92), lo que confirma que la inversión planteada no solo responde a la implementación tecnológica, sino también al impacto positivo esperado en comunidades y visitantes.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto Lokal: Diseño de un servicio digital para la promoción de experiencias turísticas auténticas y sostenibles en Lima permitió identificar que las familias y emprendedores locales enfrentan baja visibilidad digital, falta de apoyo institucional y dificultad para diferenciarse del turismo masivo. En esta línea, Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo y Cipra-Rodríguez (2024) señalan que "el turismo rural comunitario ha permitido diversificar la oferta y fortalecer la identidad cultural de las comunidades" (p. 33), lo que confirma que modelos como Lokal pueden actuar como motor de revitalización cultural y económica en el contexto urbano limeño.

Los resultados de entrevistas y validaciones mostraron que los turistas extranjeros valoran las experiencias auténticas y sostenibles, mientras que el público limeño prioriza precio y comodidad. Esto evidencia la necesidad de un servicio que promueva un turismo urbano responsable y cultural. Al respecto, Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025) afirman que "el turismo sostenible constituye un mecanismo estratégico para equilibrar conservación y desarrollo económico" (p. 92), lo cual respalda la pertinencia de la propuesta en un entorno competitivo.

En conclusión, Lokal responde a una demanda real al conectar a turistas con experiencias locales responsables, garantizando un triple impacto (económico, social y ambiental) en coherencia con el ODS 12: Producción y Consumo Responsables y fortaleciendo la sostenibilidad del turismo urbano en Lima.

4.2 Recomendaciones

A partir de los hallazgos, se proponen las siguientes recomendaciones para consolidar el proyecto:

- **Iterar el prototipo:** Incluir mejoras sugeridas por los usuarios como precios visibles en la vista previa, mapas interactivos y reseñas con fotografías. En este sentido, Peralta y Apaza (2022) advierten que "la falta de canales de difusión efectivos limita la llegada de turistas a estas iniciativas" (p. 86), lo que demuestra la importancia de validar y ajustar constantemente la propuesta digital.

- **Capacitación de anfitriones:** Desarrollar talleres en competencias digitales y sostenibilidad, fortaleciendo las capacidades de familias y comuneros para mejorar la calidad del servicio. Como sostienen Belupu Marchan, Bermejo Requena, Charcape Ravelo y Cipra-Rodríguez (2024), el turismo comunitario requiere formación continua para diversificar la oferta y fortalecer la identidad cultural (p. 33).

- **Alianzas estratégicas:** Establecer convenios con municipalidades, asociaciones culturales y PromPerú para generar respaldo institucional y mayor visibilidad en el mercado. En esta línea, Gonzales Dongo, Gavelán Polo, Montoya Vargas, Morales Mijahuanca y Perfecto Sosa (2025) resaltan que el turismo sostenible solo es viable cuando se articulan actores locales con instituciones para garantizar beneficios compartidos (p. 92).

- **Monitoreo de impacto:** Implementar un sistema de indicadores que mida anfitriones activos, reservas confirmadas, satisfacción de turistas y prácticas sostenibles adoptadas. Según Camacho Castro, Cavazos Vizcarra y Monge Olivarría (2024), la gestión profesional de plataformas turísticas implica monitorear de manera constante la sostenibilidad y la calidad de las experiencias ofrecidas (p. 220).

De esta manera, **Lokal** se proyecta no solo como una aplicación de reservas, sino como un **ecosistema de innovación social y ambiental**, con potencial de ser replicado en otras regiones del país.

V.Referencias Bibliográficas

Belupu Marchan, G. M., Bermejo Requena, L. A., Charcape Ravelo, 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. https://doi.org/10.57188/manglar.2024.003

Camacho Castro, G., Cavazos Vizcarra, C. B., & Monge Olivarría, C. H. (2024). Turismo y plataformas digitales de alojamiento: una revisión sistemática de la literatura. *Inter disciplina, 12*(34), 213–226. https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2024.34.89252

Gonzales Dongo, A. J., Gavelán Polo, R. L., Montoya Vargas, R., Morales Mijahuanca, M. E., & Perfecto Sosa, A. D. (2025). Turismo sostenible y su relación con el desarrollo sostenible de la Amazonía peruana. *PROHOMINUM. Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 7*(1), 89–103. https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0316

Mamani-Hancco, T., & Peñalver-Higuera, M. J. (2024). Turismo y la reactivación económica, Cusco, Perú. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales, 6*(11), 271–286. Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía (IIEAK). https://doi.org/10.35381/gep.v6i11.189

Montoya Vargas, R., Medina Sotelo, C. G., Perfecto Sosa, A. D., Quijano Rivera, F., & Pandia Yañez, E. J. (2024). Turismo sostenible y desarrollo local: Análisis de políticas públicas efectivas. *PROHOMINUM. Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 6*(3), 181–200. https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0272

Ojeda Portugal, J. J., Alarcón Vilca, C. A., Díaz Santivañez, J. S., Maquera Yucra, D. S., & Gonzales-Véliz, R. M. (2024). Educación ambiental y turismo sostenible en los visitantes al Perú. *Minerva Journal, 5*(13), 9–16. https://doi.org/10.47460/minerva.v5i13.147

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú: Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. Madrid: OMT. https://doi.org/10.18111/9789284417575

Peralta, M. E., & Apaza, C. M. (2022). Recorrido virtual y promoción del turismo sostenible en el distrito La Huaca – Paita 2021. *Revista de Investigación Científica Aypate, 1*(1), 81–87. https://doi.org/10.57063/ricay.v1i1.15

Seminario-Córdova, R., Ruiz-Martel, C., Vila-Meneses, M., Pezo-Morales, P., & Castañeda, L. (2023). Una revisión sobre la situación actual del ecoturismo sostenible en el Perú y sus perspectivas a futuro. *Universidad, Ciencia y Tecnología, 27*(119), 81–88. https://doi.org/10.47460/uct.v27i119.709