ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC



Bitácora del Valle

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR
Jhonny Jesus Villanueva Padilla
DNI: 72894835, Perú

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR
Renato André Fernández Torres
DNI: 75255848, Perú

ASESOR

Jasmine Erika 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

PROYECTO DE INNOVACI%C3%93N ENTREGA FINAL.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:507932767

Submission Date
Oct 4, 2025, 7:08 PM GMT-5

Download Date
Oct 4, 2025, 10:07 PM GMT-5

File Name
PROYECTO DE INNOVACIÓN ENTREGA FINAL.docx

File Size
851.6 KB

42 Pages

8,900 Words

51,392 Characters

turnitin Page 1 of 48 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:507932767

8% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

3% Internet sources
1% Publications
7% 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 2

II. Descripción de la innovación **4**

2.1 Planteamiento del Problema 4

2.2 Población beneficiaria 6

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 9

2.5 Proceso creativo y experimentos 13

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 13

2.5.2 Información sobre el Mercado 15

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 15

2.5.4 Diseño de producto/servicio 17

2.5.5 Modelo de Negocio 21

2.5.6 Resultados esperados 22

2.5.7 Prototipos desarrollados 23

2.5.8 Experimentos 26

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 28

III. Estimación de costos **30**

3.1 Presupuesto 30

IV. Conclusiones y recomendaciones 32

V. Referencias Bibliográficas **35**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estimación de costos para la fase de lanzamiento de la Bitácora del Valle 31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Lienzo de propuesta de valor para la Bitácora del Valle 17
Figura 2. Primer prototipo del Pasaporte Turístico 17
Figura 3. Prototipo en alta fidelidad de la Bitácora física 25
Figura 4. Prototipo en alta fidelidad de la página web con la Bitácora digital 26

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Ecosistema físico–digital como herramienta de gamificación en el caso del proyecto de innovación “Bitácora del Valle” orientado al turismo sostenible e inclusivo en Lunahuaná 2025.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Bitácora del Valle se desarrolla en el marco del área prioritaria de Tecnología Ambiental Sostenible y se vincula a la actividad económica de Alojamiento y Servicios de Comida. Su propósito es resolver tres problemáticas centrales del destino turístico de Lunahuaná: la desorganización logística que dificulta la experiencia del visitante, la escasa participación de la comunidad local en los beneficios económicos del turismo y la falta de información accesible y personalizada para los viajeros. La población beneficiaria está conformada tanto por turistas nacionales e internacionales que buscan escapadas cortas como por guías, bodegueros, artesanos y otros prestadores de servicios locales.

Para su desarrollo, se aplicó una metodología basada en Design Thinking y Lean Startup, lo que permitió comprender las necesidades reales del usuario, visualizar el ecosistema turístico y validar soluciones de manera ágil. Se utilizaron herramientas como la técnica persona, el mapa de actores, el mapa de trayectoria y el canvas de propuesta de valor, los cuales facilitaron la construcción de una solución sostenible y centrada en las personas.

La propuesta consiste en un ecosistema físico–digital denominado Bitácora del Valle, compuesto por una plataforma web que centraliza información confiable, permite organizar rutas y registrar actividades, y por una bitácora física elaborada en papel reciclado que funciona como pasaporte gamificado con espacio para sellos, retos e interacción con la comunidad. Esta solución responde a un enfoque de triple balance: social, al promover la inclusión económica de mujeres y jóvenes en coherencia con la ODS 10.2; económico, al incentivar el consumo directo en emprendimientos locales; y ambiental, al fomentar prácticas responsables y reducir el uso de materiales

desechables, en línea con la ODS 12. Asimismo, incorpora una dimensión solidaria mediante recompensas canjeables por la plantación de árboles, contribuyendo a la ODS 13 (Acción por el Clima).

Para validar la propuesta se desarrollaron dos prototipos complementarios. El prototipo digital consistió en una versión inicial de página web con módulo de selección de actividades, perfil de usuario con registro de sellos, panel de recompensas e indicador de impacto comunitario. En paralelo, se elaboró un prototipo físico de la bitácora con portada ilustrada del valle, bienvenida, código de conducta, QR a mapa en Google Maps, fichas informativas de lugares clave, espacio para sellos y sección de recuerdos.

Los resultados de validación evidenciaron una alta aceptación. Los participantes destacaron la claridad de la información, la motivación que genera el uso de sellos y premios, y el valor emocional del formato físico. Se identificó, sin embargo, la necesidad de diversificar recompensas, ofrecer rutas sugeridas según intereses y garantizar accesibilidad para distintos perfiles de visitantes.

En conclusión, la Bitácora del Valle se configura como una herramienta innovadora y efectiva para ordenar la experiencia turística desde un enfoque inclusivo y sostenible. Se recomienda avanzar hacia una implementación progresiva, fortaleciendo el sistema de recompensas solidarias, ampliando alianzas comunitarias y generando métricas de impacto que permitan escalar el modelo hacia otros destinos con características similares.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En Perú, Lima concentra un gran porcentaje del turismo nacional e internacional; sin embargo, las actividades turísticas, en su mayoría, se desarrollan en circuitos urbanos tradicionales como: el Centro Histórico, Miraflores, Barranco o la Costa Verde. Esta constante genera demasiada concentración de turismo en zonas concretas, mientras que espacios rurales y periurbanos como Lunahuaná quedan en una posición marginal dentro de la oferta turística local.

Aproximadamente a los 180 km al sur de la ciudad de lima, en la provincia de Cañete, se encuentra el distrito de Lunahuaná caracterizado tanto por sus atractivos patrimoniales como por su producción vitivinícola, agrícola. Además, es especialmente reconocido por su oferta de deportes de aventura.

Debido a ello, Lunahuaná en los últimos años se ha posicionado como el destino favorito para escapadas de fin de semana desde Lima, gracias a su combinación de actividades de aventura junto con experiencias culturales y gastronómicas.
No obstante, Lunahuaná afronta retos significativos a pesar de su potencial tales como:

- La información referente a los precios y las actividades es escasa y poco fiable, lo que provoca desconfianza en los potenciales visitantes.
- Respecto a la logística, esta área presenta una serie de deficiencias como el transporte informal y la falta de coordinación entre agencias.
- La dependencia de tours de aventura masivos disminuye la autenticidad y la variedad del servicio.
- La sostenibilidad se ve desalentada debido a que la comunidad local obtiene muy pocos beneficios económicos del flujo turístico.
- Se resalta una falta de herramientas digitales modernas y de innovación en las experiencias culturales que contribuyan a planificar el viaje de manera fácil y sencilla.
- La economía del turismo en Lunahuaná presenta un modelo desigual, donde los ingresos se concentran en pocos actores (grandes agencias o servicios externos) y la comunidad anfitriona percibe un impacto reducido. Esto se traduce en falta de oportunidades para mujeres, jóvenes y pequeños emprendedores que podrían aportar al fortalecimiento del destino.

El proyecto Bitácora del Valle busca acortar las brechas existentes en la oferta turística de Lunahuaná a través de una propuesta innovadora que combina tecnología, gamificación y enfoque comunitario. Se plantea la implementación de una plataforma web que centralice la información turística, permitiendo a los visitantes planificar sus actividades, personalizar su recorrido y conectarse directamente con operadores

locales, junto con un pasaporte físico que refuerce la experiencia mediante sellos y recompensas. Esta propuesta apunta a transformar la experiencia turística de manera sistémica, brindando organización y confiabilidad al concentrar en un solo espacio itinerarios claros, precios cerrados, opciones seguras y logística integrada. Al mismo tiempo, fomenta la inclusión comunitaria mediante un sistema de interacción directa con talleres, viñedos, chacras y experiencias gastronómicas, otorgando protagonismo a las familias locales y garantizando una distribución más justa de los beneficios a través de un esquema transparente de ingresos. Asimismo, diversifica la oferta del valle al integrar deportes de aventura con experiencias culturales, gastronómicas y artesanales, generando vivencias más auténticas y enriquecedoras. Finalmente, mediante la gamificación turística, se motiva a los visitantes a explorar distintas actividades, compartir sus recuerdos en redes sociales y reconocer el impacto positivo de su visita en la comunidad, fortaleciendo un turismo justo, memorable y sostenible que contribuya tanto a la satisfacción del viajero como al desarrollo económico, social y cultural de Lunahuaná.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En los últimos años, el turismo en el Valle de Lunahuaná ha experimentado un notable incremento, consolidándose como uno de los destinos preferidos para los viajeros de Lima y alrededores. Sin embargo, este crecimiento en volumen no se ha traducido en un desarrollo inclusivo ni sostenible. El destino enfrenta un turismo fragmentado, poco organizado y con brechas profundas en la distribución de beneficios.

Históricamente, el desarrollo turístico del valle ha estado atravesado por desigualdades. Durante los años noventa, las primeras iniciativas de canotaje fueron lideradas por empresarios limeños, mientras que la población local debió reorientarse hacia actividades como la gastronomía, la vitivinicultura y la producción de pisco (Chuquitucto, 2018). Aunque esto generó cierta diversificación, también amplió las brechas económicas: quienes carecían de capital quedaron rezagados (Iju, 2017). Además, el turismo ha reproducido desigualdades de género: los hombres concentran los sectores más rentables (transporte, canotaje), mientras que las mujeres se ubican

en labores de bajo ingreso y poca estabilidad, como atención en restaurantes o venta de artesanías (Fuller, 2010).

Desde la perspectiva del visitante, el viaje típico refleja esta desorganización. Antes de salir, encuentra información dispersa y contradictoria sobre precios, horarios y actividades, lo que genera desconfianza. Durante la visita, predomina la informalidad en el transporte, la escasa señalización y la falta de servicios básicos como baños o puntos de descanso. La oferta suele reducirse a deportes de aventura, sin conexión con la cultura ni la vida comunitaria. Al regresar, el turista no percibe autenticidad ni sabe a quién benefició su gasto, lo que disminuye su satisfacción e intención de retorno.
Para la comunidad local, esta situación se traduce en ingresos bajos y poco previsibles, invisibilización cultural y limitadas oportunidades para mujeres y jóvenes. Gran parte del flujo económico se concentra en operadores externos, lo que debilita la sostenibilidad del destino y perpetúa la exclusión social.

En términos de impacto, la problemática se vincula directamente con la ODS 10.2 (Reducción de desigualdades), ya que el modelo turístico actual no asegura condiciones equitativas de participación. A la vez, se relaciona con otras ODS:

- **ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico):** la informalidad y precariedad laboral marcan la dinámica del sector.
- **ODS 11 (Comunidades sostenibles):** la falta de señalización y planificación compromete la habitabilidad del destino.
- **ODS 12 (Consumo y producción responsables):** la débil valorización de productos locales limita la economía circular.
- **ODS 13 y 15 (Acción por el clima y vida de ecosistemas):** la informalidad del transporte y la saturación de espacios elevan la presión ambiental.

En suma, Lunahuaná ha crecido como destino, pero sin un modelo que articule cultura, aventura y sostenibilidad. Esto afecta tanto la experiencia del visitante, que demanda seguridad, confianza y autenticidad, como a la comunidad local, que continúa excluida de los beneficios del turismo. Superar este problema exige propuestas innovadoras que organicen la experiencia, reduzcan la dependencia de

intermediarios externos y aseguren una distribución justa de los beneficios, promoviendo un turismo más equitativo y sostenible.

2.2 Población beneficiaria

Este proyecto tendrá un impacto positivo en distintos niveles:

- **Beneficiarios directos:**
    - Turistas nacionales y extranjeros, principalmente jóvenes de Lima Metropolitana (20–35 años), como universitarios y trabajadores que buscan escapadas de 1 día con experiencias seguras, económicas y con valor cultural agregado. Este grupo coincide con el arquetipo trabajado ("Fabiola Martínez"), que representa a un viajero más exigente que ya no busca solo actividades repetitivas, sino experiencias completas y auténticas.
    - Comunidades locales del valle de Lunahuaná y Cañete, incluyendo productores de vino y pisco artesanal, agricultores, emprendedores gastronómicos, artesanos textiles y ceramistas, así como guías culturales y deportivos. Para ellos, el pasaporte turístico ofrece visibilidad, trazabilidad de ingresos y mayor poder de negociación, reduciendo su dependencia de agencias externas.

- **Beneficiarios indirectos:**
    - Operadores turísticos locales y transporte formal, que fortalecen su reputación frente a la competencia informal y acceden a una demanda más estable al estar dentro de un sistema organizado.
    - Instituciones aliadas (municipalidades, asociaciones culturales, universidades y ONGs de turismo sostenible), que encuentran en este modelo una herramienta práctica y replicable para reforzar políticas locales de desarrollo turístico y comunitario.
    - El destino Lunahuaná en su conjunto, al ganar competitividad frente a otros valles del Perú, diferenciarse con una propuesta cultural y sostenible, y convertirse en un referente de turismo inclusivo alineado con el ODS 10.2.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

- **Objetivo general:**

Implementar la Bitácora del Valle, un sistema físico-digital (plataforma web + pasaporte turístico) que organice, facilite y potencie el turismo en Lunahuaná. Este servicio permitirá que los visitantes tengan toda la información de su viaje antes de partir (rutas, precios, tiempos, actividades, transporte, hospedaje, gastronomía y cultura local) y puedan tomar decisiones informadas. A la vez, integrará un sistema de gamificación con sellos, retos y recompensas que enriquezca la experiencia, fortaleciendo la conexión del turista con la comunidad. El proyecto busca generar un impacto directo en la economía local, con especial énfasis en la inclusión social y económica de mujeres, jóvenes y familias, en línea con el ODS 10.2 (inclusión y reducción de desigualdades).

- **Objetivos específicos:**
    - Garantizar experiencias seguras, confiables y auténticas
        - Integrar transporte formal y alianzas con operadores locales que cumplan estándares de seguridad.
        - Incorporar guías capacitados en turismo cultural, histórico y de aventura.
        - Implementar señalización básica en los principales puntos del valle para reducir riesgos y mejorar la orientación.
        - Establecer itinerarios claros y accesibles para diferentes perfiles de turistas (familias, jóvenes, adultos mayores).
        - Ofrecer precios transparentes y reservas seguras mediante códigos QR y pagos digitales.
    - Promover la inclusión económica y cultural de mujeres, jóvenes y familias locales
        - Diseñar un modelo económico en el que al menos el 70% de los ingresos generados por el pasaporte y las actividades se quede en la comunidad.

        - Incluir talleres de artesanía, cocina tradicional y agro-experiencias (visitas a huertos, cosechas participativas, elaboración de pisco y vino) como parte de la oferta formalizada.
        - Visibilizar historias locales y tradiciones del valle en la plataforma digital, fortaleciendo el orgullo y la identidad cultural.
    - Reducir la dependencia de agencias externas y fortalecer el valor de la comunidad anfitriona
        - Crear un canal directo de contacto y venta para pequeños emprendedores turísticos y gastronómicos.
        - Mejorar la visibilidad de la producción artesanal, agrícola y cultural mediante la Bitácora, con trazabilidad de los ingresos.
        - Posicionar la identidad cultural del valle como elemento diferenciador frente a otros destinos de turismo de aventura.
    - Fomentar un modelo de turismo sostenible alineado con los ODS
        - Promover prácticas de consumo responsable:
            - Estaciones de refill de agua para reducir plásticos de un solo uso.
            - Transporte compartido para disminuir la huella de carbono.
            - Gastronomía local con insumos de temporada y bajo impacto ambiental.
    - Generar y sistematizar datos de impacto social y ambiental —como distribución del gasto en la comunidad, participación económica de mujeres y jóvenes y reducción de prácticas no sostenibles— para convertirlos en reportes accesibles para municipalidades y aliados estratégicos.

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes de la Innovación: Modelos de Fidelización y Recolección

El uso de un pasaporte o un sistema de sellos como herramienta motivacional y de registro durante un recorrido no es reciente; sin embargo, su implementación en el ámbito turístico ha evidenciado un alto grado de efectividad en cuanto a la fidelización de los visitantes y la generación de experiencias memorables.

- **Pasaporte como Mecanismo de Certificación y Legitimación Histórica**

En España, la Credencial del Peregrino del Camino de Santiago encarna el modelo histórico y cultural del pasaporte de travesía. Surgió en la Edad Media como un salvoconducto, y en la actualidad cumple doble función: certifica el estatus del peregrino y permite el acceso a alojamientos, mientras que el sellado en cada etapa actúa como evidencia física del trayecto completado.

La acumulación de sellos es indispensable para obtener la Compostela, el certificado oficial que acredita la finalización de la peregrinación con fines espirituales y religiosos. Este sistema resalta el valor del pasaporte como un registro permanente que respalda un logro personal y, además, se ha modernizado con la incorporación de una credencial digital con códigos QR, lo que demuestra su capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías (Xunta de Galicia, 2021)

- **Pasaporte como Herramienta de Gestión Económica y Regulación de Acceso**

En contraste con el modelo anterior, en Perú, el Boleto Turístico de Cusco (BTC) ilustra el uso del pasaporte como una herramienta de control centralizado para el acceso y la tarifa de entrada a sitios patrimoniales. Es administrado por el COSITUC, y constituye un pase obligatorio que permite el visitar diversos sitios arqueológicos y culturales, eliminando la opción de comprar entradas individuales para la mayoría de ellos. Su relevancia radica en aspectos como:

Regulación del flujo de visitantes: mediante boletos integrales (válidos por 10 días para 16 lugares) o parciales por circuitos (válidos por 1 a 2 días), el sistema facilita la organización y planificación de la ruta turística.

Gestión Financiera: Establece precios diferenciados según el tipo de visitante (nacionales, extranjeros, estudiante y menores), lo que contribuye a un modelo financiero sostenible para la conservación del patrimonio regional (Paula, 2025).

- **Pasaporte como Motor de Fidelización y Sostenibilidad Financiera**

En EE.UU, el "Passport To Your National Parks" ejemplifica como un pasaporte puede utilizarse con fines lúdicos y de fidelización mediante la gamificación. Desde su implementación en 1986, este pasaporte no actúa como un boleto de ingreso, sino como una libreta coleccionable cuya principal atracción radica en la obtención gratuita de sellos (cancelaciones) en las más de 400 áreas que conforman el sistema de parques. La relevancia del caso radica en su modelo financiero autosostenible: la totalidad de las ganancias netas generadas por la venta de pasaporte y sus complementos (como estampillas conmemorativas) es donada al Servicio de Parques Nacionales. Así el programa se convierte en una fuente significativa de financiamiento para proyectos educativos y de conservación ambiental (America's National Parks, 2025).

- **Pasaporte como Instrumento de Identidad y Desarrollo Local**

Por último, en la provincia de Caylloma, en Arequipa – Perú, el Pasaporte de Nación Collawa Cabana demuestra el calor del formato como herramienta simbólica y educativa. Es destinado a estudiantes con la finalidad de fortalecer la identidad cultural local y difundir el conocimiento del patrimonio ancestral, abarcando expresiones como la vestimenta tradicional, la música y las danzas autóctonas. La iniciativa buscó que más de 20.000 escolares se convirtieran en promotores y guardianes de su herencia cultural (Agencia Andina, 2012).

Dicho ejemplo valida el uso del pasaporte como un instrumento de sensibilización colectiva y fomento del sentido de pertenencia ampliando su aplicación más allá del turismo convencional.

2.4.2 Consideraciones Teóricas

El desarrollo del pasaporte como herramienta de gestión e inmersión cultural se sostiene sobre tres pilares teóricos esenciales: el Turismo Experiencial, la gamificación como estrategia de compromiso y el Turismo Sostenible como fin último.

- **Turismo Experiencial**

Según Pine, J. y Gilmore, J. (1999), el turismo experiencial busca involucrar activamente al viajero en la cultura, historia o entorno natural del destino, generando recuerdos significativos y duraderos. A diferencia del turismo masivo, este enfoque prioriza la profundidad de la vivencia por encima del volumen de visitantes.

El proyecto elaborado por nosotros aprovecha esta teoría a través de dos acciones fundamentales:

1. *Personalización del recorrido:* la plataforma web permite a los visitantes diseñar su full day según sus intereses (aventura, cultura o gastronomía), transformándolos en co-creadores de su propia experiencia turística, lo que incrementa su satisfacción y el valor percibido.
2. *La Bitácora como registro personal:* Tanto en su versión física como digital, Bitácora se convierte en un testimonio tangible del turismo vivencial, similar al rol que cumple la Credencial del Peregrino, este pasaporte personalizado funciona como una memoria emocional que conecta al visitante

- **Gamificación**

La gamificación implica la aplicación de elementos de diseño propios de los juegos en contextos no lúdicos, con el fin de motivar, involucrar y fidelizar a los propios usuarios (Werbach y Hunter, 2012)

En nuestro proyecto, la gamificación se materializa de las siguientes formas:

1. *Sistema de recompensas:* el pasaporte traduce las actividades completadas en premios y logros, fomentando la permanencia del turista y promoviendo una mayor diversidad en su consumo local.

2. *Seguimiento del progreso:* a través de la sección “Mi Bitácora”, el usuario puede visualizar en tiempo real sus logros, el impacto de su visita y los recursos invertidos. Dicha función es similar a la de un videojuego, por lo que refuerza el compromiso emocional con el destino y estimula visitas repetidas para “completar” o avanzar niveles en su pasaporte.

- **Turismo Sostenible y Triple Balance**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera al turismo sostenible como aquel que considera de forma integral las repercusiones económicas, sociales y medioambientales del turismo, garantizando beneficios tanto para los visitantes como para las comunidades anfitrionas y el entorno (Desarrollo Sostenible Del Turismo / ONU Turismo, 2025).

El diseño del pasaporte se sincroniza con este principio mediante la adopción del enfoque de Triple Balance:

1. *Balance económico:* El pasaporte actúa como un incentivo de consumo, su oferta diversificada (aventura, cultura, gastronomía) impulsa el aumento del gasto medio por visitante, beneficiando directamente a negocios locales. Además, la plataforma digital centraliza información útil, optimizando la gestión financiera de las agencias involucradas y favoreciendo la viabilidad del turismo alternativo.
2. *Balance social y cultural:* Nuestro proyecto trata de manera directa el problema de la inclusión, ya que la Bitácora se posiciona como vehículo de inclusión, orientando el flujo turístico hacia los actores comunitarios. Al obligar a elegir actividades culturales y gastronómicas, se visibiliza y valoriza el patrimonio inmaterial. Además, la transparencia de la bitácora digital, que permite al turista ver cuánto de su gasto se canaliza directamente a la comunidad, promueve un consumo consciente y solidario.
3. *Balance Medioambiental:* Desde su diseño, el pasaporte busca minimizar su impacto ecológico, ya que es elaborado con materiales

reciclados y tintas ecológicas, reduciendo así su huella ambiental. Asimismo, la estrategia de diversificación turística alivia la presión sobre ecosistemas frágiles al redistribuir la demanda hacia actividades menos invasivas. Finalmente, la versión digital educa al visitante mostrando su huella ambiental, promoviendo un comportamiento turístico más consciente y responsable.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

- **Metodología**

El análisis se realizó a partir de entrevistas dirigidas a personas que ya habían visitado Lunahuaná previamente. Este enfoque permitió recoger información basada en experiencias reales de viaje, identificando tanto las oportunidades de mejora como las expectativas insatisfechas de los visitantes.

- **Perfil del Usuario y Arquetipo**

De las entrevistas se definió un arquetipo representativo, denominado Fabiola Martínez, una estudiante universitaria y trabajadora joven-adulta. Este perfil refleja a los principales visitantes de Lunahuaná: jóvenes de Lima Metropolitana entre 20 y 35 años, que buscan escapadas rápidas de un día, con presupuestos ajustados pero con altas expectativas de seguridad, organización y autenticidad.

- **Hallazgos: problemas y barreras del usuario**

Los principales problemas señalados por los usuarios fueron:

  - *Desinformación y fragmentación de la oferta:* dificultad para encontrar un canal único y confiable; precios, servicios y horarios poco claros.
  - *Desorganización logística:* demoras en salidas, transporte informal y cambios inesperados en los itinerarios.
  - *Experiencias repetitivas y poco auténticas:* predominio de deportes de aventura sin conexión con la cultura o la vida local.
  - *Percepción de inseguridad:* ausencia de guías certificados y transporte no regulado.

- *Escasa participación de la comunidad local:* desconocimiento de a quién beneficiaba el gasto; baja visibilidad de artesanos, bodegas y guías locales.

- **Hallazgos: expectativas y oportunidades**

Los entrevistados también expresaron aspiraciones y expectativas que orientarán una mejora de la experiencia:

- *Centralización de la información:* acceso a un sistema confiable con precios cerrados, horarios claros y reservas digitales.
- *Experiencias integrales y auténticas:* combinación de aventura con cultura, gastronomía y contacto directo con la comunidad.
- *Seguridad y formalización:* transporte autorizado, guías certificados y señalización básica.
- *Recompensas y gamificación:* beneficios simbólicos, descuentos o souvenirs que aumenten la motivación.
- *Transparencia en el impacto:* trazabilidad sobre cuánto del gasto del turista llega realmente a la comunidad.

- **Insight Central**

De los hallazgos se sintetizó un aprendizaje clave que refleja las motivaciones del usuario:

"No quiero un tour más: quiero una salida corta que esté bien hecha. Quiero reservar en minutos, sentirme segura y vivir algo distinto a lo de siempre —aventura con cultura de verdad. Me importa que mi dinero llegue a la gente del lugar y poder verlo con datos. Si la experiencia es clara, auténtica y justa, la compro, la repito y la recomiendo."

- **Conclusión del Análisis**

El estudio evidencia que, aunque Lunahuaná es un destino con alta demanda, los visitantes enfrentan problemas de organización, seguridad y autenticidad, lo que reduce su satisfacción y su intención de retorno. Estos hallazgos fundamentan la propuesta de valor de la Bitácora del Valle, un sistema físico-digital que responde a

los dolores detectados y promueve un modelo de turismo inclusivo, auténtico y sostenible.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El turismo interno en el Perú muestra un crecimiento sostenido, especialmente en destinos cercanos a Lima. Según cifras de MINCETUR, más del 60% de los viajes internos de corta duración se concentran en jóvenes adultos que viajan en pareja o en grupos pequeños.

- *Oportunidad de mercado:* Lunahuaná es un destino altamente demandado por su cercanía (a solo 3 horas de Lima), pero aún carece de una propuesta diferenciada que combine digitalización, inclusión comunitaria y sostenibilidad.
- *Competencia:* Existen agencias de turismo tradicionales que ofrecen paquetes estándar (canoaje, cuatrimotos, visitas a bodegas), pero su propuesta es homogénea, repetitiva y con poca innovación.
- *Barreras de entrada:*
    - Resistencia de operadores informales que podrían ver amenazada su actividad.
    - Necesidad de coordinación con comunidades locales para asegurar participación activa.
- *Mercado objetivo:* jóvenes entre 20 y 35 años, con estudios universitarios, conectados digitalmente y con interés por experiencias auténticas.
- *Demanda potencial:* considerando la afluencia de más de 200 mil visitantes anuales a Lunahuaná, se proyecta que al menos un 20% de este mercado (40 mil visitantes) podría adoptar la Bitácora en los primeros años.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

- **Concepto planteado**

La propuesta se enmarca en la categoría de servicios turísticos innovadores con enfoque físico-digital, cuyo objetivo es integrar la experiencia del viajero con el desarrollo de la comunidad local.

El concepto central es la Bitácora del Valle, concebida como un pasaporte turístico físico-digital que:

- Clasifica y organiza experiencias integrales en cuatro ejes principales: aventura, gastronomía, cultura y artesanía.
- Garantiza seguridad y formalidad mediante alianzas con operadores verificados de transporte y guías certificados.
- Introduce un sistema de sellos o códigos QR, que certifica la participación en actividades y permite acceder a recompensas.
- Integra un panel digital de impacto, donde el turista puede visualizar qué porcentaje de su gasto quedó en la comunidad, a cuántos anfitriones benefició y cómo se distribuyó el valor.

Este enfoque responde al contexto actual del turismo en Lunahuaná, donde los visitantes demandan experiencias auténticas, organizadas y seguras, mientras que las comunidades locales buscan mayor visibilidad y beneficios tangibles derivados de la actividad turística.

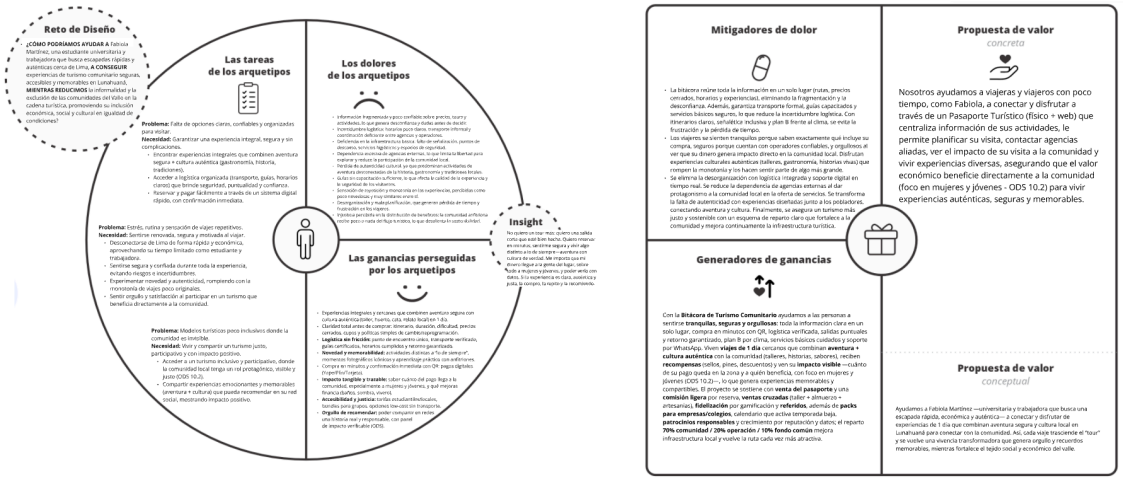
- **Propuesta de valor**

La propuesta de valor se centra en ofrecer viajes seguros, auténticos y memorables que generan impacto positivo directo en la comunidad local, reduciendo brechas de desigualdad y fortaleciendo la identidad cultural.

- *Para el visitante:* la Bitácora del Valle facilita la planificación del viaje, asegura experiencias confiables y aporta un componente diferencial de conexión cultural, transformando un paseo convencional en una vivencia auténtica y enriquecedora.
- *Para la comunidad:* otorga visibilidad a negocios locales, fomenta la participación de jóvenes y mujeres como actores visibles de la oferta turística y canaliza ingresos hacia la economía del valle.

Figura 1

Lienzo de propuesta de valor para la Bitácora del Valle.



2.5.4 Diseño de producto/servicio

2.5.4.1 Producto físico (Bitácora del Valle):

Se trata de una bitácora impresa en papel reciclado de 12 páginas, diseñada como un pasaporte de experiencias. Incluye:

- Código de conducta y objetivos del proyecto.
- QR directo a la web de la Bitácora.
- QR con un mapa de Google Maps con las rutas sugeridas.
- Sección de lugares a visitar con descripciones breves, datos curiosos y consejos para colaborar con la comunidad local.
- Retos fotográficos para incentivar la interacción en redes sociales.
- Ilustraciones de nivel de dificultad por actividad.
- Espacios para sellos que validan cada experiencia realizada.
- Sección “Mejores momentos” para guardar tickets, escribir recuerdos o pegar fotos.
- Información de seguridad y QR a la sección de Soporte/FAQ.
- Tabla de recompensas desbloqueables según la cantidad de sellos acumulados (descuentos, catas, experiencias especiales).

2.5.4.2 Producto digital (plataforma web y bitácora digital):

La versión digital replica y amplía la experiencia de la bitácora:

- Landing page con descripción breve del proyecto, panel de impacto global, ofertas especiales de la bitácora física, actividades destacadas y código de conducta.
- Sección de selección de actividades con rutas sugeridas y contacto directo con agencias aliadas.
- Perfil de usuario "Mi bitácora":
    - Registro de actividades mediante escaneo QR.
    - Visualización de sellos digitales y recompensas desbloqueadas (idénticas a la versión física).
    - Métricas de impacto en la comunidad (económico, social y ambiental).
    - Opción de descarga de un certificado de impacto en Lunahuaná.
    - Sección de soporte y ayuda con contacto directo por WhatsApp, email y teléfono, política de cambios, y un módulo de Preguntas Frecuentes.

2.5.4.3 Mecánica del servicio:

1. El turista ingresa a la web y selecciona sus actividades en el selector de experiencias.
2. Durante el proceso de reserva, puede elegir entre:
    a. Bitácora física: recibida en Lunahuaná al inicio de la aventura.
    b. Perfil digital: acceso inmediato en la web/app con su Bitácora web.
3. A medida que completa actividades, recibe sellos físicos en la bitácora o sellos digitales en su perfil online, escaneando códigos QR en cada ubicación.
4. Los sellos acumulados desbloquean recompensas inmediatas: descuentos, catas, souvenirs, experiencias adicionales.

5. Desde la plataforma, el turista puede visualizar métricas de su impacto económico, social y ambiental, e incluso descargar un certificado de impacto en Lunahuaná.

2.5.4.4 Triple balance:

- *Económico:* ingresos directos para agencias, productores y artesanos locales.
- *Social:* empoderamiento de mujeres y jóvenes de la zona.
- *Ambiental:* promoción de transporte formal, reforestación (opción de donar premios para plantar un árbol) y prácticas sostenibles.

2.5.4.5 Sostenibilidad operativa:

La sostenibilidad operativa del servicio se fundamenta en su capacidad de mantenerse en el tiempo con un uso eficiente de recursos, garantizando continuidad y viabilidad financiera. En este sentido, la propuesta combina un componente físico (la bitácora) con uno digital (perfil web), lo que permite un equilibrio entre tangibilidad y escalabilidad. La versión digital asegura que, a medida que aumente la demanda, los costos marginales de incorporación de nuevos usuarios sean mínimos, favoreciendo la expansión del modelo.

Por otro lado, la producción de las bitácoras físicas se plantea bajo un esquema de impresión por lotes controlados o bajo demanda, lo que reduce el desperdicio de insumos y promueve un consumo responsable. Asimismo, la entrega de las bitácoras en puntos estratégicos de Lunahuaná (alojamientos, cafés, centros culturales, bodegas en puntos estratégicos) fomenta alianzas locales y disminuye costos logísticos, al mismo tiempo que fortalece la integración con la comunidad.

El mantenimiento de la plataforma digital requiere únicamente actualizaciones periódicas de contenido y diseño, lo que implica un esfuerzo técnico sostenido pero de baja intensidad. Finalmente, el modelo de ingresos, basado en la venta de la bitácora física y el acceso a funcionalidades digitales adicionales, ofrece

un flujo económico complementario que asegura la continuidad del proyecto más allá de iniciativas puntuales.

2.5.4.6 Aspecto emocional/simbólico:

El diseño del producto/servicio incorpora un fuerte componente emocional y simbólico, al buscar generar vínculos significativos entre el visitante y la experiencia de viaje. La bitácora física cumple la función de objeto de recuerdo, similar a un diario o álbum personal, que permite preservar las memorias del recorrido más allá de lo meramente informativo. Este carácter tangible otorga valor sentimental al producto y lo convierte en un recuerdo perdurable.

De manera análoga a los pasaportes nacionales, que generan entusiasmo en las personas al recibir sellos al ingresar a un país, la bitácora propone un sistema de sellos que refuerza el sentido de pertenencia y progreso. Cada sello se convierte en evidencia simbólica de una experiencia vivida y contribuye a construir una narrativa personal del viaje. Esta mecánica no solo fomenta la motivación por completar actividades, sino que también genera orgullo y satisfacción en los visitantes, quienes sienten que cada avance es parte de una colección única.

Asimismo, la inclusión de páginas para "mejores momentos" otorga un espacio íntimo para guardar recuerdos como boletos, fotografías o anotaciones, reforzando la dimensión emocional. Finalmente, la posibilidad de compartir logros en el entorno digital añade una dimensión social y colectiva, permitiendo que la experiencia trascienda el viaje mismo. En conjunto, estos aspectos convierten al producto en un medio para construir memorias y otorgar sentido simbólico a la visita.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de la Bitácora del Valle se fundamenta en la venta directa del pasaporte turístico y en la colaboración con actores locales que participan en la oferta turística de Lunahuaná.

- **Venta de la Bitácora:**

La adquisición se realiza exclusivamente a través de la plataforma web, donde el usuario puede planificar su viaje, seleccionar actividades y confirmar su compra.

  - *Bitácora digital:* acceso inmediato a un perfil web con registro de actividades, sellos digitales, recompensas y panel de impacto comunitario.
  - *Bitácora física:* entregada únicamente en Lunahuaná, al inicio de la experiencia turística, lo que refuerza el vínculo con el destino y optimiza la logística de distribución.

- **Estructura de ingresos:**
  - 40% destinado a impresión y logística de la bitácora física.
  - 25% destinado a mantenimiento y actualización de la plataforma digital.
  - 20% destinado a promoción, marketing y gestión de alianzas estratégicas.
  - 10% destinado a programas comunitarios y de desarrollo local (formación, inclusión de jóvenes y mujeres).
  - 5% destinado a un fondo de sostenibilidad operativa y mejoras continuas.

- **Aporte de agencias aliadas:**

Las agencias, guías y negocios locales aportarán un 3% de comisión simbólica sobre transacciones gestionadas vía la plataforma, destinada exclusivamente a cubrir mantenimiento web y habilitación de nuevas impresiones.

- **Auspicios y colaboraciones:**

Se prevé la incorporación de auspiciadores estratégicos (municipalidades, empresas privadas, ONGs) que fortalezcan la sostenibilidad a largo plazo.

- **Orientación local:**

El modelo asegura que la mayor parte de los beneficios permanezcan en la comunidad anfitriona, en concordancia con el objetivo de promover inclusión social y oportunidades equitativas.

2.5.6 Resultados esperados

La implementación de la Bitácora del Valle proyecta impactos en tres niveles: los usuarios (turistas), la comunidad local y el ecosistema turístico del destino. El resultado ideal se enmarca en la generación de valor compartido, contribuyendo a la sostenibilidad operativa y social de Lunahuaná.

- **Métrica clave prioritaria:**

El principal resultado esperado corresponde a la adopción digital de la plataforma. Se estima que un 40% de los turistas jóvenes (20–35 años) utilizarán la web de la Bitácora como canal principal para organizar su visita en el primer año de funcionamiento. Este porcentaje representa un cambio significativo en los hábitos de búsqueda y reserva, considerando que actualmente la mayoría de visitantes se guía por redes sociales o recomendaciones informales.

- **Resultados en los turistas (demanda):**

Se proyecta que el 18% de los usuarios retornen al destino en los siguientes 12 meses, con una meta de alcanzar el 25% en el segundo año, incentivados por el sistema de recompensas y sellos que motiva a completar nuevas experiencias.

    - El 85% de los usuarios calificaría su experiencia como “muy satisfactoria”, gracias a la eliminación de barreras informativas y a la transparencia en las reservas.

- **Resultados en la comunidad local (oferta):**

De acuerdo con la proyección realizada, el 70% de los ingresos derivados de la Bitácora se destinará a la comunidad local, lo que se traduce en un impacto económico aproximado de S/120,000 a S/150,000 durante el primer año de operación. Este rango corresponde a un escenario de adopción inicial y se fundamenta en el gasto turístico promedio reportado por MINCETUR (2019), ajustado a la capacidad de penetración esperada del producto en su primera fase de mercado.

Se espera que al menos el 40% de los beneficiarios directos de estos ingresos correspondan a mujeres y jóvenes, contribuyendo al cumplimiento del ODS 10 (reducción de desigualdades).

Se prevé una reducción del 20% en la contratación de servicios informales, debido a la disponibilidad de opciones formales y seguras dentro de la plataforma.

- **Resultados en el destino y el ecosistema turístico.**

Se espera un crecimiento del 15% en el segmento de turismo sostenible y cultural en dos años, consolidando a Lunahuaná como un referente de experiencias auténticas y responsables.

El sistema permitirá generar indicadores de impacto social y ambiental, tales como:

  - Porcentaje de gasto turístico que permanece en la comunidad.
  - Número de mujeres y jóvenes beneficiados.
  - Nuestra plataforma no solo exige un Código de Conducta al turista, sino que garantiza que los emprendimientos aliados cumplan con la eliminación gradual de plásticos de un solo uso en sus operaciones, logrando una reducción medible del 15% al 20% en el ecosistema de Lunahuaná en un año.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El primer prototipo se presentó en formato digital interactivo. Este incluía la portada ilustrada de la bitácora, el diseño preliminar de los sellos coleccionables y ladiagramación inicial de algunas páginas interiores. Su propósito principal fue explorar la propuesta gráfica y narrativa del producto, permitiendo obtener

retroalimentación temprana respecto a la estética, los elementos lúdicos y la claridad en la organización del contenido.

Figura 2

Primer prototipo del Pasaporte Turístico.

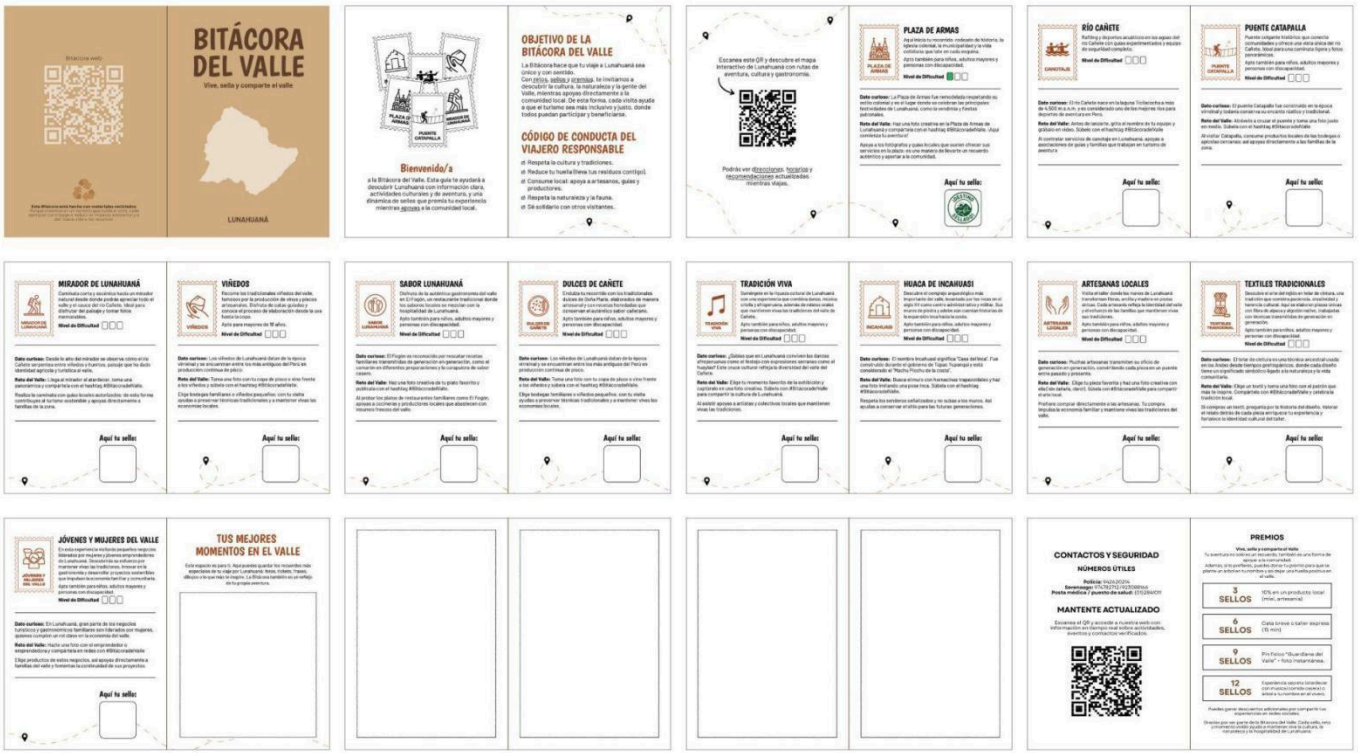


Nota. Contiene una portada, sellos, mapa ilustrado, datos curiosos y retos.

En el prototipo de alta fidelidad, el proyecto evolucionó hacia una propuesta híbrida. Por un lado, se elaboró una bitácora física más completa, que incorporaba un código QR de vinculación con la web, objetivos, código de conductas, premios, número de emergencia, así como un diseño mejorado de la portada y de los sellos. Por otro lado, se desarrolló una plataforma web, la Bitácora Digital, que integraba funcionalidades tales como el selector de actividades, las rutas sugeridas, el perfil digital con sellos virtuales, el registro del impacto generado por la visita y la comunidad donde pueden compartir su experiencia.

Figura 3

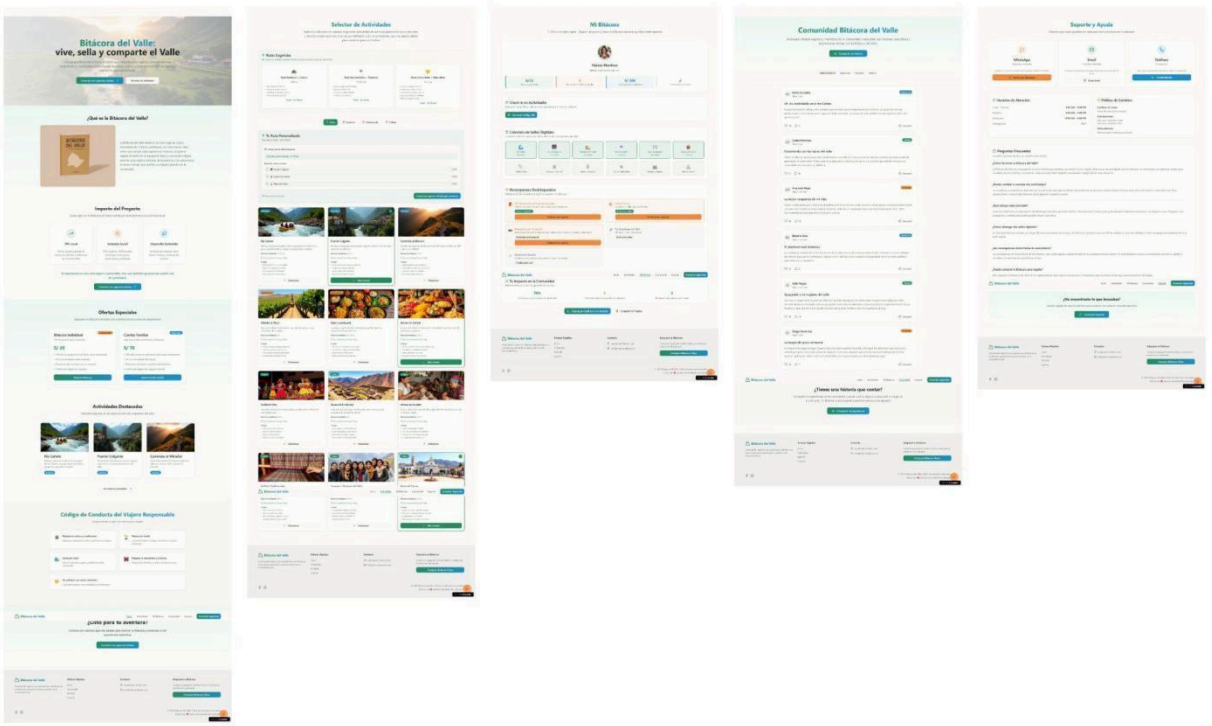
Prototipo en alta fidelidad de la Bitácora física.



Nota. Contiene mejoras como código QR de vinculación con la web, objetivos, código de conductas, premios, número de emergencia.

Figura 4

Prototipo en alta fidelidad de la página web con la Bitácora digital.



Nota. Contiene el impacto que tendrá el proyecto, el selector de actividades, la bitácora digital, la sección de comunidad y soporte.

2.5.8 Experimentos

Con el objetivo de validar la propuesta de valor de la Bitácora del Valle, se implementó un estudio de usabilidad y recolección de feedback cualitativo con potenciales usuarios, tomando como referencia al arquetipo Fabiola Martínez, jóvenes viajeros en busca de autenticidad y seguridad. Estas actividades consistieron en entregarles tanto la versión impresa de la bitácora como el prototipo web para que interactúen con ellos y emitieran comentarios. La dinámica fue desarrollada de manera presencial y digital, mediante sesiones cortas de uso libre y entrevistas semiestructuradas posteriores.

- **Hipótesis a Validar:**

La experimentación buscó obtener evidencia directa sobre la aceptación de las siguientes cinco hipótesis clave que fundamentan el modelo de negocio y el diseño de la Bitácora del Valle:

  - Una bitácora de aventura y cultura soluciona los principales dolores del turista al integrar información clara, un selector de actividades y la validación de experiencias mediante sellos.
  - El sistema de sellos y recompensas motiva a los turistas a participar en más de una actividad.
  - Los turistas valorarán visualizar en su perfil digital el impacto económico y social generado por su visita.
  - Los turistas confiarán en contactar directamente a agencias aliadas verificadas a través de la web.
  - La Bitácora puede reducir la sensación de desorganización y monotonía de la experiencia turística.

- **Resultados y Hallazgos:**

El experimento demostró un alto grado de validación empírica para la mayoría de las hipótesis planteadas, confirmando la aceptación de la Bitácora como un factor de organización y motivación.

  - Las percepciones de los usuarios se alinearon con la capacidad de la Bitácora para centralizar la experiencia. Comentarios como: "Lo usaría y recomendaría porque todo lo encuentro en un solo lugar" y la valoración positiva del selector de actividades demuestran que el sistema aborda eficazmente la fragmentación de la información y la sensación de desorganización del turista.
  - La gamificación se establece como un poderoso incentivo. La solicitud de los usuarios de incorporar sellos ocultos como “Embajador del Valle” y recompensas físicas como tarjeta de membresía, merch, o incluso donaciones a cambio de un árbol valida el deseo de colección y logro.

- El enfoque social y sostenible fue bien recibido, destacándose la apreciación por el apoyo a la comunidad local: "Me gusta el hecho que esté enfocado en apoyar a las mismas personas de la comunidad". Esto confirma que el viajero busca un certificado tangible de su aporte responsable.
- La preferencia por la personalización de actividades "ya que algunos no beben alcohol" sugiere que la flexibilidad en la negociación con aliados es esencial. No obstante, se requiere que la plataforma sea explícita en su rol como garante de seguridad, asegurando “quién me da el sello” y verificando a las agencias aliadas.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La Bitácora del Valle es un pasaporte turístico físico-digital diseñado para ordenar y enriquecer la experiencia de viajes de un día en Lunahuaná. Su propuesta combina información confiable, logística clara y un sistema de gamificación basado en sellos y recompensas. Cada visitante valida las actividades realizadas —como canotaje, visita a bodegas, talleres de artesanía o experiencias gastronómicas— a través de sellos físicos o escaneando códigos QR vinculados a su perfil web.

La plataforma web cumple dos funciones principales:

- Permite planificar el viaje con rutas sugeridas, reservas directas a agencias aliadas y acceso a información verificada.
- Muestra al usuario el avance de su experiencia (sellos obtenidos, recompensas desbloqueadas) y el impacto real de su consumo en la comunidad, promoviendo un turismo transparente y responsable.

2.5.9.1 Sistema de recompensas:

El modelo de gamificación busca incentivar la participación activa y, al mismo tiempo, ofrecer al visitante la posibilidad de transformar sus logros en acciones con sentido. Las recompensas se otorgan en función del número de sellos acumulados en la bitácora:

- Con 3 sellos: 10 % de descuento en un producto local (miel, vino artesanal o artesanía).
- Con 6 sellos: acceso a una cata breve o taller exprés de 15 minutos con un productor o artesano local.
- Con 9 sellos: entrega de un pin físico “Guardiana del Valle” y una foto instantánea como recuerdo simbólico.
- Con 12 sellos: acceso a una “experiencia secreta” (atardecer con música o comida casera con anfitriones locales).

En todos los casos, el visitante tiene la opción de donar su recompensa. Si decide no recibir el beneficio personal, puede solicitar que ese reconocimiento se traduzca en la plantación de un árbol en su nombre en el vivero comunitario, quedando registrado en su perfil digital como aporte ambiental.

Esta alternativa solidaria permite que incluso pequeñas acciones individuales tengan un impacto colectivo, reforzando el compromiso del proyecto con la sostenibilidad ambiental (ODS 13: Acción por el Clima y ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres).

Adicionalmente, se contemplan bonificaciones digitales por difusión: los usuarios que compartan su experiencia en redes sociales podrán acceder a sellos extra o menciones honoríficas, estimulando la promoción orgánica del destino.

2.5.9.2 Sostenibilidad del proyecto:

La sostenibilidad de la Bitácora del Valle se articula en tres dimensiones:

- *Económica:* mediante la venta directa de la bitácora (S/ 20 individual y S/ 70 combo familiar), comisiones simbólicas por reservas digitales y posibles auspicios de entidades vinculadas al turismo sostenible.
- *Social:* integración de emprendedores locales, con especial énfasis en mujeres y jóvenes, fortaleciendo la identidad cultural y la participación activa de la comunidad.
- *Ambiental:* promoción de prácticas responsables, reducción de plásticos de un solo uso y posibilidad de donar recompensas a favor de la reforestación.

2.5.9.3 Plan de actividades:

- **Mes 0–1:** acuerdos iniciales con aliados locales, capacitación y tiraje de bitácoras, junto con el desarrollo de una versión mínima de la web.
- **Mes 2–4:** piloto con tres micro-rutas, validación del sistema QR, recolección de métricas y ajustes periódicos.
- **Mes 5–6:** ampliación de aliados, incorporación de convenios B2B y ejecución de mejoras en infraestructura ligera (baños, sombra, señalética).
- **Mes 7–12:** diversificación de rutas (vendimia en temporada baja) y fortalecimiento del sistema de recompensas, con miras a replicar el modelo en otros valles turísticos.

2.5.9.4 Recursos necesarios:

- Humanos: coordinación comunitaria, facilitadores turísticos, equipo de diseño, desarrollo web, soporte técnico y comunicaciones.
- Materiales: bitácoras impresas, sellos, pines, señalética y kits básicos de seguridad.
- Tecnológicos: plataforma web con pasarela de pagos, hosting, sistema QR, tablero de impacto y canal de atención vía WhatsApp Business.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Los costos detallados a continuación corresponden a la fase de lanzamiento e implementación piloto del proyecto Bitácora del Valle en el destino turístico de Lunahuaná. Esta etapa contempla tanto la producción inicial del material físico (200 unidades de la bitácora) como el desarrollo tecnológico, logístico y comunicacional necesario para operar la propuesta de manera funcional y verificable ante los primeros usuarios y aliados locales.

Se trata de una estimación referencial basada en precios promedio de mercado en Lima Metropolitana y puede optimizarse parcialmente mediante auspicios, convenios comunitarios o cofinanciamiento por parte de entidades públicas y privadas vinculadas al turismo sostenible. El monto total proyectado refleja una inversión

estratégica diseñada para comprobar la viabilidad del modelo y sentar las bases para su futura escalabilidad.

Tabla 1

Estimación de costos para la fase de lanzamiento de la Bitácora del Valle

Rubro		Cantidad	Costo Unitario (S/.)	Costo Total (S/.)	Posible financiamiento / Auspiciador
1. Producción de Bitácoras físicas					
Diseño y diagramación profesional		1 paquete	600	600	Colaboración con estudiantes de diseño / auspiciador cultural
Impresión interior (papel couché 150 g, 12 págs)		200 unid.	7	1,400.00	Venta directa
Impresión tapas duras (cartón 300 g + laminado mate)		200 unid.	5.5	1,100.00	Venta directa / patrocinio
Encuadernado y acabados		200 unid.	2.5	500	Venta directa
	Subtotal producción bitácoras			**3,600.00**	
2. Sellos físicos personalizados		12 unid.	35	420	Aliados turísticos
3. Sistema de recompensas					
Pines esmaltados "Guardiana del Valle"		100 unid.	6	600	Empresa de souvenirs
Tarjetas impresas de descuento / vouchers QR		200 unid.	1.5	300	Aliados comerciales
Producción de fotos instantáneas (papel + servicio)		100 fotos	2.5	250	Colaboración con fotógrafos locales
	Subtotal recompensas			**1,150.00**	
4. Desarrollo web y QR dinámicos					
Diseño y programación de la web (landing, panel de usuario, módulo QR)		1 paquete	3,500.00	3,500.00	ONG / universidad / marca tecnológica
Integración QR dinámicos + base de datos		1 sistema	1,500.00	1,500.00	Patrocinio tecnológico
Hosting, dominio y pasarela de pago (1 año)		1 paquete	800	800	Comisión por transacción
	Subtotal desarrollo digital			**5,800.00**	
5. Comunicación y marketing digital					
Diseño de piezas gráficas (posts, flyers, iconografía)		1 paquete	1,000.00	1,000.00	Colaboración universitaria / auspiciador cultural
Producción de video promocional corto		1 unidad	500	500	Marca turística
Campaña en redes sociales (Meta Ads, 1 mes, alcance 30k–50k jóvenes en Lima)		1 campaña	1,200.00	1,200.00	Empresa privada / co-branding
	Subtotal comunicación y marketing			**2,700.00**	
6. Logística y aliados locales					
Señalética "Punto Guardián" (vinilos + carteles)		15 aliados	20	300	Municipalidad / Cámara de Turismo
Kits básicos de seguridad (botiquín pequeño, agua de refill, carteles)		10 aliados	50	500	Fondo común comunitario
	Subtotal logística			**800**	
7. Fondo de contingencia				500	Fondo de operaciones
	TOTAL GENERAL			**14,270.00**	

La implementación inicial de la Bitácora del Valle requiere una inversión estimada de S/ 14,270, correspondiente a la producción piloto, el desarrollo digital funcional y los recursos básicos para su activación en campo. No obstante, este monto no depende exclusivamente de financiamiento propio, ya que más del 40% del presupuesto puede ser cubierto mediante alianzas estratégicas, auspicios en especie (diseño, logística, impresión) o aportes simbólicos de los actores locales involucrados.

De este modo, el presupuesto no solo constituye un costo operativo, sino una inversión comunitaria con retorno social medible, alineada a la ODS 10.2, al promover la participación justa de mujeres, jóvenes y emprendimientos rurales dentro de un modelo de turismo sostenible e inclusivo.

IV. Conclusiones y recomendaciones

El análisis detallado y la experimentación con prototipos de la Bitácora del Valle han validado de manera contundente la hipótesis central del proyecto: existe una alta demanda por una experiencia turística en Lunahuaná que sea organizada, segura y auténticamente conectada con la comunidad local. Los hallazgos del estudio de usabilidad confirman que la Bitácora, con su enfoque físico-digital y sistema de gamificación, es una solución efectiva para los principales "dolores" del viajero joven (desorganización, desinformación y experiencias repetitivas).

La validación empírica demostró que el concepto no solo es atractivo, sino que los usuarios están motivados por el triple balance (económico, social y ambiental), valorando especialmente la trazabilidad del impacto de su gasto. Esto posiciona a la Bitácora del Valle no sólo como un producto turístico, sino como un vehículo de turismo sostenible e inclusivo alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

- **Hallazgos:**
    - El concepto de la Bitácora como un "pasaporte de experiencias" que centraliza información, garantiza seguridad y ofrece autenticidad, al combinar aventura y cultura, ha sido altamente aceptado por el mercado objetivo. Los jóvenes entre 20 y 35 años indicaron que usarían y recomendarían el producto porque "todo lo encuentro en un solo lugar", lo que sintetiza la eficacia de la solución para abordar la fragmentación de la oferta.
    - El sistema de sellos y recompensas, incluyendo la opción de donar para plantar un árbol, se presenta como un poderoso motor de motivación. Esta mecánica incentiva la participación en más actividades y transforma la experiencia de un simple paseo en un logro coleccionable con un propósito social y ambiental. Esto confirma que el viajero busca un certificado tangible de su aporte responsable.
    - La confianza es un factor crítico para los usuarios. Si bien confían en contactar agencias aliadas a través de la web, se requiere mayor claridad sobre quién verifica y avala a estos colaboradores. La

plataforma debe funcionar como un garante de formalidad para reducir la percepción de inseguridad.

- El modelo de negocio, basado en la venta de la bitácora física con producción controlada y una plataforma digital de bajo costo marginal, ofrece una sostenibilidad operativa viable. La estructura de ingresos asegura que la mayor parte del beneficio, el 70% del ingreso total proyectado en el primer año, se destine y permanezca en la comunidad local, cumpliendo con la orientación social del proyecto.

- **Monitoreo y Seguimiento:**

El éxito del proyecto se medirá mediante un Tablero de Control de Impacto basado en los siguientes Indicadores Clave de Desempeño (KPIs). Estos indicadores están diseñados para validar el triple balance de la propuesta:

- KPIs de Viabilidad Comercial y Adopción

Estos KPIs evalúan la efectividad del producto para atraer y retener al usuario, validando la centralización de la oferta.

- **Tasa de Adopción Digital y Registro:** La métrica principal para medir la penetración de mercado y el cambio de hábito hacia el canal formal. Se medirá el porcentaje de turistas jóvenes que se registran en la web y obtienen su Bitácora Digital.

➢ Meta: 40% de los turistas jóvenes en el primer año.

- **Tasa de Retorno (Fidelización):** Métrica que valida la satisfacción a largo plazo y la eficacia del sistema de recompensas para motivar nuevos viajes.

➢ Meta: 18% de los usuarios retornan al destino en los siguientes 12 meses.

- **Tasa de Conversión de Sellos:** Para medir la entrega de valor lúdico y la motivación para interactuar con la oferta integral (aventura, cultura, gastronomía). Se medirá como el promedio de sellos acumulados por usuario.

➢ Meta: Promedio superior a 4 sellos por usuario en su primer viaje.

○ KPIs de Sostenibilidad Económica y Transparencia

Estos KPIs aseguran la salud financiera del proyecto y el cumplimiento de la promesa de valor de transparencia económica.

■ **Porcentaje de Retorno Comunitario (PRC):** La métrica fundamental para validar la distribución de valor y la orientación local del modelo de negocio. Se calcula como el porcentaje del gasto gestionado que llega a los aliados locales.

➢ Meta: 70% del ingreso neto generado por la Bitácora destinado a la comunidad.

■ **Apalancamiento de la Formalidad:** Para medir la capacidad del proyecto de impulsar el ecosistema formal de Lunahuaná y reducir el mercado negro. Se medirá el porcentaje de reducción en la contratación de servicios informales.

➢ Meta: Reducción del 20% en la contratación informal en el primer año.

○ KPIs de Impacto Social y Ambiental

Estos KPIs miden el cumplimiento de los ODS y el compromiso del proyecto con la inclusión y el medio ambiente.

■ Índice de Inclusión y Empoderamiento: Mide el impacto social directo del proyecto. Se calcula como el porcentaje de mujeres y jóvenes beneficiarios directos del PRC.

➢ Meta: 40% de los aliados beneficiados corresponden a mujeres y jóvenes.

■ Tasa de Donación Ambiental: Métrica que evalúa el compromiso del usuario con el componente sostenible. Se calcula como el porcentaje de recompensas que el turista decide donar para reforestación.

➢ Meta: Lograr la plantación de 50 árboles en el vivero comunitario en el primer año.

V. Referencias Bibliográficas:

America's National Parks. (2025). Passport to Your National Parks. https://americasnationalparks.org/passport-to-your-national-parks/

Andina. (2012). Entregarán más de 20,000 pasaportes de nación Collagua-Cabana del valle del Colca a escolares. Andina.pe. https://andina.pe/agencia/noticia-entregaran-mas-20000-pasaportes-nacion-collaguacabana-del-valle-del-colca-a-escolares-437258.aspx

Chuquitucto, S. (2018). Percepción y actitudes del poblador del distrito de Lunahuaná con respecto al desarrollo turístico de su comunidad. https://hdl.handle.net/20.500.14005/9616

Fuller, N. (2010). Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género. Revista de turismo y Patrimonio Cultural. 8 (2), 293-304. https://www.pasosonline.org/Publicados/8210/PASOS20.pdf

Iju, N. (2017). Lunahuaná, un espacio turístico rural. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2012.n7.09

ONU Turismo. (2025). Desarrollo Sostenible del Turismo. https://www.untourism.int/es/desarrollo-sostenible

Paula. (2025). Boleto turístico de Cusco: La Guía Definitiva. Viaje a Perú. https://www.voyageperou.info/es/boleto-turistico-de-cusco/

Pine, J. & Gilmore, J. (1999). La economía de la experiencia. Granica S.A.

Xunta de Galicia. (2021). *La credencial del peregrino y la Compostela*. Google Arts & Culture. https://artsandculture.google.com/story/la-credencial-del-peregrino-y-la-compostela-xunta-de-galicia/DQUR4mMSW4M1cg?hl=es

Werbach, K. y Hunter, D. (2012). For the Win: How Game Thinking can Revolutionize your Business. ResearchGate. Wharton Digital Press. https://www.researchgate.net/publication/273946893_For_the_Win_How_Game_Thinking_can_Revolutionize_your_Business