ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

Desarrollo de un catálogo digital interactivo de experiencias comunitarias para la promoción, gestión y conexión de turistas con comunidades rurales de Lima a través del turismo comunitario, 2025

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

PRESENTADO POR

Edward Jesús Quevedo Valdivia
DNI 71283130, Perú
Franchesco Jardel Manco Agurto
DNI 73341642, Perú

ASESOR

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

JURADOS

Vasquez Janampa Hristo Joel
Sanchez Villanueva Kelly Doris
Perez Ortiz Brigitte Madelein

Lima, octubre 2025

Final - Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS %28Dupla 6%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:507130029

Submission Date
Oct 2, 2025, 8:22 PM GMT-5

Download Date
Nov 28, 2025, 9:49 AM GMT-5

File Name
Final - Proyecto de Innovación TLS (Dupla 6).pdf

File Size
1.8 MB

38 Pages

6,131 Words

38,715 Characters

turnitin Page 1 of 43 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:507130029

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
1% Publications
12% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

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 7

II. Descripción de la innovación **10**

2.1 Planteamiento del Problema 10

2.2 Población beneficiaria 13

2.3 Objetivo(s) del proyecto 15

2.4 Marco referencial 18

2.5 Proceso creativo y experimentos 19

2.5.1 Información sobre el usuario(s) **¡Error! Marcador no definido.**

2.5.2 Información sobre el Mercado 21

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 22

2.5.4 Diseño de producto/servicio 24

2.5.5 Modelo de Negocio 25

2.5.6 Resultados esperados 25

2.5.7 Prototipos desarrollados 26

2.5.8 Experimentos 28

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 29

III. Estimación de costos **30**

3.1 Presupuesto 30

IV. Conclusiones y recomendaciones **31**

4.1 Conclusiones 31

4.2 Recomendaciones 31

V. Referencias Bibliográficas **32**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de Tabla **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Prueba de Figura **¡Error! Marcador no definido.**

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Desarrollo de un catálogo digital interactivo de experiencias comunitarias para la promoción, gestión y conexión de turistas con comunidades rurales de Lima a
A través del turismo comunitario, 2025.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Conectando turistas y comunidades rurales de Lima a través del turismo sostenible. Se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de comercio y busca resolver la poca visibilidad y apoyo a comunidades rurales cercanas a Lima, integrando prácticas alineadas con la ODS 15, específicamente la meta elegida, la cual fue la 15.4; donde buscamos que la conservación de los ecosistemas rurales y montañosos sea parte del valor de cada experiencia, teniendo como población beneficiaria a turistas que buscan experiencias significativas y a las propias comunidades rurales que desean desarrollarse de forma sostenible.

Para el proyecto usamos la metodología de resolución creativa de problemas, aplicando Design Thinking para enfocarnos en las necesidades del usuario y Lean Startup para poder implementar mejor los resultados. Estas herramientas nos ayudaron a trabajar de forma colaborativa y visual, usando, por ejemplo, la técnica de persona para crear arquetipos de usuarios, el mapa de actores para entender el contexto y el mercado, el mapa de trayectoria para definir el recorrido de la propuesta, el canvas de propuesta de valor para darle forma al concepto innovador y el canvas de modelo de negocio para evaluar su sostenibilidad. Todas estas herramientas se explican con más detalle en el documento.

La propuesta innovadora es una solución que ofrece un catálogo digital interactivo que conecta a turistas interesados en viajar a zonas rurales de Lima y disfrutar de experiencias auténticas, significativas y seguras con turismo comunitario, asegurando que las comunidades anfitrionas obtengan beneficios justos y dignos mientras se cuidan y preservan los ecosistemas rurales, teniendo siempre en cuenta la ODS 15. Se trata de un servicio digital de fácil acceso e información precisa y detallada para el público interesado, centralizando

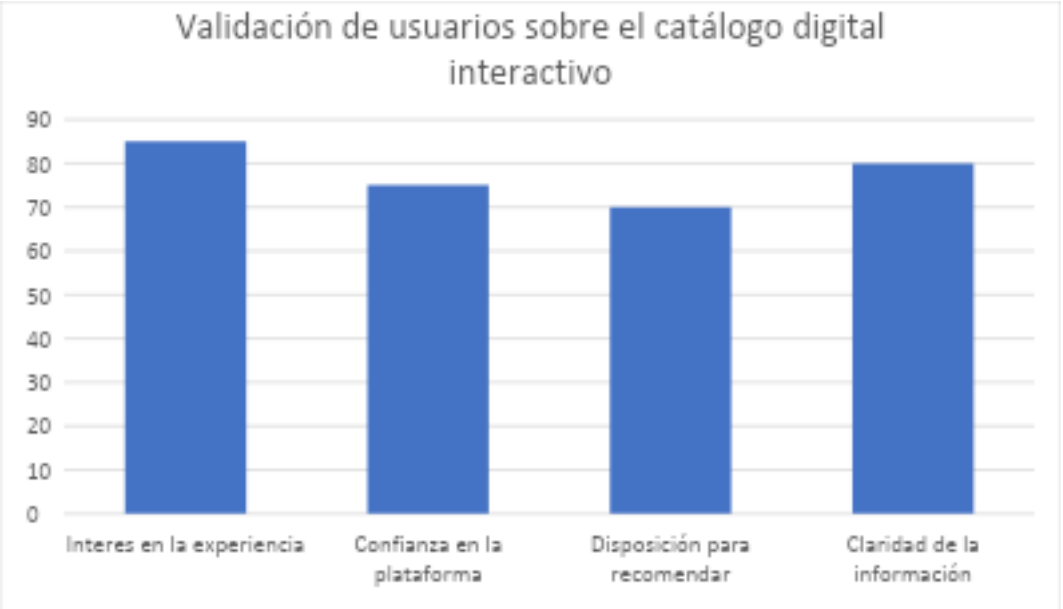
información confiable sobre actividades, hospedajes y guías locales. Nuestra propuesta incorpora un enfoque de triple balance: en lo social, generamos inclusión y visibilidad para las comunidades rurales opacadas por el turismo tradicional realizado en Lima, en lo económico, impulsamos los ingresos sostenibles y directos de los pobladores; y en lo medioambiental, promovemos prácticas responsables que contribuyen a la conservación de ecosistemas, alineado siempre con la ODS 15 y su meta 15.4

Para la experimentación se diseñaron prototipos en formato de página web navegable y mockups visuales, para presentar la propuesta a potenciales usuarios. También se realizaron interacciones con viajeros mediante encuestas y retroalimentación sobre la usabilidad y claridad de la información. Los resultados mostraron que los usuarios valoran positivamente la seguridad, las experiencias significativas y el impacto positivo hacia las comunidades anfitrionas. Entre las métricas observadas, destacamos el nivel de interés por las experiencias, la percepción de confianza en la plataforma y disposición a recomendarla.

Se concluye que la solución propuesta responde de manera efectiva a la necesidad de conectar turistas con las comunidades rurales de Lima de forma segura y sostenible, validando que existe interés en el producto y un impacto social y ambiental positivo. Se recomienda seguir perfeccionando la plataforma web, seguir realizando pruebas con grupos más grandes de usuarios y así poder evaluar alianzas con comunidades rurales y actores del turismo sostenible para escalar el proyecto en fases posteriores.

Figura 1

Resultados de validación de usuarios sobre el catálogo digital interactivo



Nota. Los porcentajes muestran las respuestas positivas de un grupo encuestado de 8 personas elegidas rigurosamente en base a nuestro contexto de la problemática.

Elaboración propia (2025)

Figura 2

Arquetipo usuario de la propuesta (catálogo digital interactivo)



Nota. Se diseño un arquetipo del usuario en base a entrevistas realizadas a personas bajo el contexto de la problemática.

Elaboración propia (2025)

Figura 3

Reto de diseño planeado para el proyecto de innovación



Nota. El reto de diseño fue realizado bajo la metodología design thinking, utilizando los dolores y problemas del arquetipo.

Elaboración propia (2025)

Figura 4

Propuesta de valor



Nota. La propuesta de valor fue encontrada bajo el análisis y estudio riguroso de nuestro arquetipo, usando como punto de partida la información recolectada de nuestro público la cual usamos para encontrar dolores y ganancias para llegar a la propuesta de valor.

Elaboración propia (2025)

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Este proyecto de innovación se desarrolla en el ámbito de las comunidades rurales en o cercanas a Lima, territorios que, a pesar de su proximidad a la capital peruana, han permanecido en gran parte del tiempo invisibles dentro de la realización del turismo convencional. Las comunidades rurales poseen una gran riqueza cultural, histórica y natural que no ha sido enteramente reconocida ni aprovechada como motor de desarrollo sostenible.

En cuanto a la cultura y tradiciones, todas las comunidades rurales conservan un legado único y diferente, expresando mediante sus costumbres, festividades, artesanías, gastronomía y estilos de vida. Sin embargo, la falta de visibilidad y promoción turística ha generado que estas actividades culturales se limiten al ámbito local, sin obtener el alcance ni el reconocimiento que merecen. El proyecto busca dar relevancia y mayor importancia a estas comunidades rurales, integrándolas como parte esencial y principal de la experiencia turística comunitaria.

En relación con las costumbres y recursos, muchas de las comunidades rurales se sostienen en base a la agricultura, la ganadería, el trabajo artesanal y otras actividades tradiciones que forman parte de su identidad cultural. Estos recursos, además de garantizar la subsistencia local, representan un atractivo auténtico para los viajeros interesados en vivir y disfrutar de experiencias diferentes y significativas, todo lo contrario, a lo que ofrece el turismo masivo y monótono. Sin embargo, gran parte de estas actividades no cuentan con el soporte ni apoyo suficiente para convertirse en experiencias sostenibles que generen ingresos constantes y justos para los pobladores. Asimismo, tampoco cuentan con herramientas técnicas ni espacio para la formación que enseñe a las comunidades anfitrionas a gestionar de manera eficiente sus recursos y a desarrollar modelos de negocios más rentables, lo que limita su capacidad de crecimiento económico y personal.

La problemática principal radica en la escasa visibilidad y el limitado apoyo por parte de las autoridades hacia las comunidades rurales de Lima, como destinos turísticos sostenibles. Esto provoca que los ingresos económicos derivados del turismo se concentren en los circuitos tradicionales de alto tráfico, dejando fuera a familias y comunidades que podrían beneficiarse significativamente de esta actividad. Además, sin un enfoque responsable,

existe el riesgo de que, al llegar visitantes de manera desordenada y masiva, se produzca un impacto negativo en los ecosistemas y costumbres locales.

Los que esperamos de este proyecto se orienta en tres aspectos:

Social: Empoderar a las comunidades anfitrionas, generando inclusión, fortaleciendo la identidad cultural y fomentando el orgullo por sus tradiciones.

Económico: Diversificar las fuentes e ingreso de los pobladores, creando oportunidades sostenibles a través de actividades turísticas seguras justas y organizadas.

Ambiental: Contribuir a la protección y preservación de los ecosistemas rurales, evitando prácticas invasivas y fomentando el turismo responsable, en línea con la ODS 15 y su meta 15.4, que promueve la conservación de los ecosistemas terrestres y la integración de los valores en la planificación loca.

En este contexto, el proyecto realizado propone el desarrollo de un catálogo digital interactivo, que permite conectar a los turistas con estás comunidades anfitrionas. La solución no solo busca generar un canal digital confiable y transparente, si no también convertirse en una herramienta que articule la cultura, tradición y sostenibilidad en una misma experiencia, haciendo del turismo comunitario una alternativa real y positiva frente al turismo masivo y convencional que carece de la experiencia significativa.

Además, este proyecto presenta un valor agregado que lo diferencia de otras propuestas similares. En primer lugar, garantizamos que las comunidades anfitrionas sean las principales beneficiarias de las ganancias generadas, evitando la intervención de terceros que, por prácticas poco éticas y claras, suelen apropiarse de los ingresos destinados a los pobladores. En segundo lugar, buscamos ofrecer al turista una experiencia auténtica y transformadora que no solo brinde una experiencia inolvidable, sino que también mitigue a los principales dolores y molestias identificadas en el turismo tradicional, respondiendo directamente a sus necesidades de conexión, cultural, transparencia y sostenibilidad.

Cabe resaltar que esta propuesta se encuentra alineada con la ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres, y con la meta 15.4, la cual está orientada a la conservación de los ecosistemas montañoso y a la valoración de los beneficios que ofrecen para el desarrollo sostenible, De esta forma, el proyecto contribuye no solo a la economía local y la preservación cultural, sino también a la protección del entorno natural que sostiene la vida de estás comunidades.

Tabla 1

Matriz de impacto social, económico y ambiental

Dimensión	Objetivo principal	Beneficio esperado
Social	Empoderar y brindar conocimiento a las comunidades anfitrionas.	Inclusión, fortalecimiento cultural y orgullo identitario.
Económico	Diversificar las fuentes de ingreso.	Oportunidades sostenibles, reducción de pobreza.
Ambiental	Conservar ecosistemas rurales.	Turismo responsable, alineación con la ODS 15 y su meta 15.4

Nota. La tabla muestra los tres ejes de impacto del proyecto de innovación, resaltando el valor social, económico y ambiental en relación con las comunidades rurales y la ODS 15.

Elaboración propia (2025)

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Las personas que quieren conocer Lima buscan vivir experiencias auténticas, significativas y sostenibles, diferente a lo que ofrece el turismo convencional. Pero, al no encontrar información confiable y actualizada sobre comunidades rurales cercanas, la mayoría termina optando por vivir experiencias turísticas tradicionales, monótonas y masificadas, que resultan en experiencias poco significativas y que no reflejan la riqueza cultural, social y ambiental del entorno rural.

Esta tendencia hacia el turismo convencional limita la posibilidad de expandir la oferta turística de Lima y, al mismo tiempo, reduce las oportunidades de que los viajeros interesados se acerquen a realidades rurales donde podrían conocer costumbres, tradiciones y modos de vida distintos.

Desde la perspectiva de las comunidades, la falta de visibilidad y promoción digital impiden que puedan hacerles frente a las propuestas tradicionales del mercado turístico, esto termina en una pérdida de oportunidades económicas, sociales y culturales.

Además, la falta de turismo comunitario sólido afecta de manera indirecta la valoración y conservación de los ecosistemas en las zonas ruarles de Lima, ya que estos no generan incentivos suficientes para protegerlos y aprovecharlos de manera sostenible. Esto va en contra de los objetivos plantados por la ODS 15 y la meta elegida 15.4, la cual busca garantizar la conservación de los ecosistemas montañosos y rurales, asegurando los beneficios que estos brindan para el desarrollo sostenible.

Como conclusión tenemos que el problema principal está en que los turistas terminan realizando únicamente el turismo convencional, esto debido a la escasa presencial digital, promoción y visibilidad de las comunidades rurales. Este problema produce reacciones negativas sociales, como la poca generación de ingresos locales; culturales, como lo es la escasa valoración de zonas ruarles; y a nivel ambiental, como lo son menores incentivos para conservar los ecosistemas.

Tabla 2

Matriz del problema central, sus causas y consecuencias

Elemento	*Descripción*
Problema central	*-Escasa visibilidad digital y promoción de comunidades rurales en Lima*
Causas	*-Falta de plataformas digitales confiables* *-Ausencia de promoción estatal* *-Desconocimiento del turista sobre experiencias comunitarias*
Consecuencias	*-Dominio del turismo convencional* *-Perdida de oportunidades económicas locales* *-Baja valoración cultural* *-Menor incentivo para conservar ecosistemas*

Nota. La tabla resume el planteamiento del problema mediante la conexión entre las causas y consecuencias, como parte del análisis realizado de la situación actual de las comunidades rurales.

Elaboración propia (2025)

Tabla 3

Factores que explican la pobreza rural en el Perú

Factor	Descripción
Ausencia de políticas sostenibles	Se depende de programas sociales que alivien las necesidades pero que no resuelven los problemas estructurales de las comunidades rurales
Débil desarrollo territorial	No se han impulsado políticas para fortalecer ciudades intermedias que conecten y estimulen el desarrollo rural
Limitada descentralización	Los gobiernos locales carecen de la capacidad de gestionar y los gobiernos nacionales no transfieren poder ni recursos suficientes a las zonas rurales.

Nota. Elaboración propia a partir de la entrevista a Eduardo Zegarra (2023) publicada en Sos Faim

Tabla 4

Relación entre la problemática identificada y la ODS 15 (meta 15.4)

Problema identificado	Relación con la ODS 15 (Meta 15.4)
Poca visibilidad de comunidades rurales	Limita su inclusión en el turismo sostenible y en beneficios del desarrollo rural
Dominio del turismo convencional	Genera presión sobre los ecosistemas y limita las experiencias turísticas auténticas

Pocas oportunidades económicas locales	Disminuye inventivos para conservar ecosistemas montañosos y rurales

Nota. La tabla muestra cómo los problemas detectados en el turismo rural de Lima se vinculan con la ODS 15 y específicamente con la meta 15.4, donde se busca conservar los ecosistemas montañosos y sus beneficios para el desarrollo sostenible.

Elaboración propia (2025)

2.2 Población beneficiaria (mapa de actores)

La población beneficiaria está conformada por las comunidades rurales ubicadas en los alrededores de Lima, las cuales actualmente no cuenta con una presencial digital ni conocimientos de marketing para promocionar servicios turísticos. Estas comunidades buscan nuevas oportunidades de desarrollo económico y social a través del turismo sostenible y comunitario. Al formar parte de este proyecto, podrán acceder a una herramienta digital que les permitirá visibilizar su oferta, diversificar sus ingresos, fortalecer su identidad cultural y fomentar la conservación de su entorno natural.

Asimismo, los turistas nacionales e internacionales también forman parte de la población beneficiaría, ya que tendrán la posibilidad de acceder a experiencias auténticas, reales y significativas, algo que el turismo convencional no ofrece. Esto no solo enriquece la experiencia del viaje, sino que también, fomenta una conexión más profunda y significativa con las tradiciones locales y con la naturaleza de los ecosistemas que rodean a Lima, promoviendo un turismo más consciente y responsable.

De manera indirecta, las instituciones educativas, gobiernos locales y organizaciones relacionadas con el desarrollo rural también se ven beneficiadas, esto debido a que el proyecto contribuye al impulso de prácticas sostenibles, abre espacios de colaboración y fortalece el tejido en torno a la promoción de un turismo responsable.

Figura 5

Mapa de actores



Nota. Los actores centrales son aquellos vinculados directamente con el desarrollo de la experiencia de turismo comunitario, los actores directos participan de manera activa en la oferta y consumo de servicios turísticos y por último los actores indirectos representan instituciones y beneficiarios complementarios.

Elaboración propia (2025)

2.3 Objetivo(s) del proyecto

El proyecto realizado tiene como objetivo general contribuir a la visibilidad y crear una conexión entre turistas y zonas rurales cercanas a Lima, mediante el diseño y la implementación de un catálogo digital interactivo que permita conectar a turistas nacionales e internacionales con experiencias auténticas, significativas y responsables de turismo comunitario. Esta propuesta no solo busca fortalecer el atractivo turístico de las comunidades rurales, sino también alinearse con los principios del desarrollo sostenible planteados en la ODS 15 (vida de ecosistemas terrestres), en particular con la meta 15.4, que resalta la importancia de conservar los ecosistemas de montaña y asegurar que las comunidades que habitan en ellos se beneficien de manera equitativa.

Como objetivos específicos, el primero consiste en diseñar e implementar una plataforma digital accesible, confiable y fácil de usar, que sirva como un punto de conexión entre comunidades rurales y turistas interesados en experiencias significativas y que se preocupen por un turismo sostenible, esta plataforma es un canal seguro de información y reservas para los turistas, permitiéndoles descubrir alternativas diferentes al turismo convencional en Lima.

El segundo objetivo es fortalecer las capacidades de promoción digital de las comunidades rurales, ya que muchas de ellas no cuentan con conocimientos técnicos ni presencia en internet. A través de la plataforma, las actividades como visitas a huertos familiares, talleres artesanales, rutas patrimoniales o experiencias gastronómicas tradicionales podrán ser mostrada y presentadas de manera atractiva y profesional, lo que incrementará las oportunidades de llegar a más visitantes y generar más ganancias para los habitantes.

El tercer objetivo se orienta a impulsar un modelo de turismo sostenible, donde priorice la generación de ingresos económicos directos para las comunidades anfitrionas, ofreciendo que todo ingreso sea dirigido directamente hacia las comunidades sin intervención de terceras personas o entidades, la revalorización de su identidad cultural y el compromiso con la preservación de los ecosistemas naturales de los alrededores de Lima. Para lograrlo, se promoverán experiencias turísticas comunitarias que integren prácticas responsables con el medio ambiente, tales como caminatas guiadas por los locales, talleres de artesanía sostenible, visitas a huertos orgánicos, programas de reforestación y actividades educativas sobre conservación ambiental. Con ello, se busca que la actividad turística no solo sea rentable, si no también social y ambientalmente responsable.

Finalmente, el cuarto objetivo es promover la participación de los turistas en experiencias auténticas y significativas, que les permitan tener un contacto más cercano con las tradiciones locales, al mismo tiempo que se fomenta la sensibilización respecto a la importancia de proteger el medio ambiente y de apoyar prácticas turísticas comunitarias. De esta manera, la propuesta de valor no solo satisface la necesidad de los visitantes planteada en la problemática brindando experiencias diferentes y significativas, sino que también genera un impacto positivo y duradero en las comunidades anfitrionas.

Tabla 5

Objetivos del proyecto de innovación

Tipo de objetivo	*Descripción*
Conexión entre turistas y habitantes	*Contribuir a la visibilidad y conexión entre turistas y comunidades rurales cercanas a Lima mediante una plataforma web que promueva el turismo sostenible.*
Canal de conexón	*Diseñar e implementar una plataforma digital accesible y confiable como canal de conexión entre comunidades rurales y turistas.*

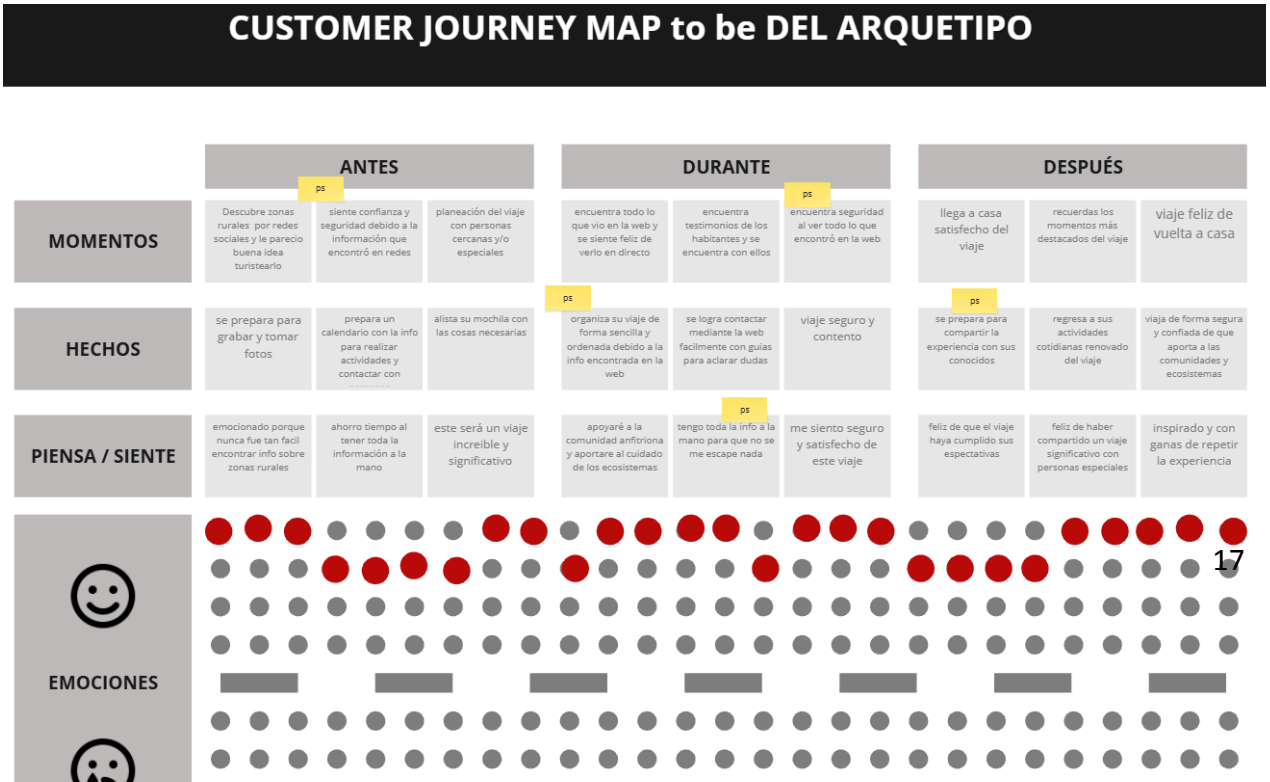
Capacidades de la comunidad	*Fortalecer las capacidades de promoción digital de las comunidades mostrando sus actividades de forma atractiva y profesional*
Turismo sostenible	*Impulsar un modelo de turismo sostenible que genere ingresos directos a las comunidades, preserve ecosistemas y revalorice la identidad cultural.*
Experiencias significativas	*Promover la participación de turistas en experiencias auténticas que fomenten la sensibilización ambiental y el turismo comunitario.*

Nota. La tabla muestra un resumen de los puntos explicados en el punto 2.3 objetivos del proyecto. Los objetivos fueron definidos considerando la problemática detectada en la falta de visibilidad de las comunidades rurales de Lima y en alineación con la ODS 15 meta 15.4.

Elaboración propia (2025)

Figura 6

Customer Journey Map to be del arquetipo



Nota. El customer Journey Map to be representa la experiencia futura ideal del arquetipo definido, mostrando las etapas y emociones del usuario al utilizar la plataforma propuesta, el mapa busca ilustrar cómo se espera que los turistas vivan una experiencia significativa y sostenible al conectarse con comunidades rurales cercanas a Lima, considerando aspectos de visibilidad, facilidad de acceso, confianza y sostenibilidad ambiental.

Elaboración propia (2025)

2.4 Marco referencial (referentes)

En el contexto nacional, se han desarrollado iniciativas que buscan fortalecer el turismo comunitario a través de la gastronomía local. Un ejemplo sería el programa ´´Turismo con sabor´´, impulsado por la Municipalidad Distrital de Santa Eulalia, junto con el centro de formación en turismo (CENFOTUR). Este programa consiste en asesoramientos gratuitos de sistemas de producción culinaria, enfocado en prestadores de servicios turísticos culinarios, personas que cuentan con restaurantes, bajo la conducción del chef internacional Joel Chávez Inga.

Esta propuesta invita a la competencia técnica de los participantes y también aporta a la creación de una actividad turística culinaria en Santa Eulalia, esto coloca a la zona como un destino importante para viajeros nacionales o internacionales.

Este programa muestra cómo la articulación entre gobiernos locales y entidades formativas pueden diseñar proyectos que aporten a la identidad cultural y mejoren la oferta de servicios. Usando este programa como punto de partida, el proyecto del catálogo digital interactivo busca replicar la integración comunitaria y formación

especializada, optimizando el conocimiento de las comunidades rurales cercanas a Lima mediante un catálogo digital interactivo que se enfoca en lo comunitario y sostenible.

Oficina de Imagen Institucional y Turismo. (2025, agosto 27). Turismo con sabor: Municipio y CENFOTUR inician capacitaciones culinarias para potenciar la oferta gastronómica (nota de prensa). Municipalidad distrital de Santa Eulalia.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario

Con el fin de comprender mejor las motivaciones, dolores y necesidades del usuario objetivo, se elaboró un arquetipo usuario. Este mapa nos ayudó a representar de manera visual y resumida las características, dilemas y deseos de un visitante potencial de experiencias de turismo sostenible y comunitario en zonas rurales de Lima.

En este caso, construimos el perfil de ´´Manuel Rodriguez´´, un viajero joven que busca experiencias auténticas, accesibles y sostenibles, con interés en conectar con la naturaleza y la cultura local. Su dilema principal radica en la falta de información confiable sobre dónde y cómo vivir estas experiencias sin afectar negativamente al ecosistema.

De esta forma, la motivación principal del arquetipo está orientada a vivir experiencias diferentes, sostenibles, significativas y comunitarias en zonas rurales, al mismo tiempo que se busca apoyar directamente a las comunidades rurales, contribuyendo de manera justa a su desarrollo económico.

Finalmente, encontramos que el estado ideal que persigue el viajero interesado es contar con un espacio que les brinde confianza, seguridad y autenticidad en las experiencias, al mismo tiempo que le permita generar un impacto positivo en el entorno natural y social, en concordancia con la meta 15.4 de los objetivos de desarrollo sostenible de la ODS 15, relacionada con la conservación de los ecosistemas y el desarrollo sostenible de las comunidades.

Figura 7

Arquetipo usuario



Nota. Elaboración realizada a partir del análisis de entrevistas con personas relacionadas al contexto de la problemática, viajeros que no están conformes con el turismo convencional y buscan experiencias auténticas.

Elaboración propia (2025)

Tabla 6

Mapa de empatía

Dimensión	*Contenido*
¿Qué piensa y siente?	*Vivir experiencias auténticas, significativas y sostenibles.*
¿Qué ve?	*Publicidad de turismo convencional, poca información en línea.*
¿Qué dice y que hace?	*Busca opciones en internet, comparte su interés por experiencias sostenibles.*
Esfuerzos/ Dolores	*Miedo a experiencias inseguras, falta de información clara.*
Resultados/ Ganancias	*Experiencias seguras, auténticas y sostenibles, apoyo directo a comunidades.*

Nota. Elaboración del mapa a partir de los hallazgos del arquetipo de usuario. Este mapa permite identificar percepciones, necesidades y motivaciones de los viajeros interesados, lo que ayudó a ajustar la propuesta de valor a sus expectativas.

Elaboración propia (2025)

2.5.2 Información sobre el Mercado

El turismo en el Perú está cambiando poco a poco hacia destinos rurales y comunitarios. Según datos de Airbnb, en el año 2024 más de la mitad de las noches reservadas en el país fueron en lugares rurales, esto nos demuestra que cada vez más turistas buscan experiencias auténticas en contacto con la naturaleza y las comunidades anfitrionas.

Un dato para considerar es que más del 55% de estas reservas fueron hechas por peruanos que buscaban nuevas experiencias dentro del país. Esto significa que no solo los visitantes extranjeros tienen interés en este tipo de turismo, sino también los viajeros nacionales, lo que abre más oportunidades para las comunidades rurales.

Este cambio muestra que las comunidades rurales cercanas a Lima, que hasta la fecha han tenido poca visibilidad y apoyo, pueden convertirse en destinos atractivos si cuentan con herramientas digitales que las conecten directamente con los turistas. Un catálogo digital interactivo permitiría aprovechar esta tendencia, ofreciendo experiencias sostenibles que fortalezcan la cultura local y al mismo tiempo cuiden el medio ambiente.

Airbnb. (2025). Airbnb reporte de noches reservadas (2024).

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor se centra en ofrecer a los turistas la posibilidad de acceder a experiencias auténticas, seguras y significativas de turismo comunitarios en zonas rurales de Lima. A través de un catálogo digital interactivo, los visitantes pueden

planificar su viaje de manera sencilla, confiable y transparente, accediendo a información clara sobre las actividades disponibles, la cultura local y los servicios que ofrecen las comunidades anfitrionas.

De igual forma, el proyecto asegura que las comunidades rurales reciban directamente las ganancias generadas por las experiencias que ofrecen, eliminando la participación de terceros que suelen reducir sus ganancias. De esta manera, se promueve un modelo de turismo justo y digno, que fortalece la economía local, brinda valor a las tradiciones culturales y fomenta la preservación de los ecosistemas rurales de Lima.

Este enfoque se alinea con la ODS 15, meta 15.4, que busca garantizar la conservación de los ecosistemas montañosos y asegura los beneficios que estos brindan para el desarrollo sostenible. De esta forma, la propuesta promueve actividades sostenibles como caminatas guiadas por rutas naturales con énfasis en educación ambiental, talleres de agricultura ecológica, prácticas de reforestación, talleres de artesanía tradicional y experiencias gastronómicas locales con productos de la zona.

De esta forma, los turistas no solo disfrutaran de una experiencia nueva, diferente y enriquecedora, sino que también aportaran activamente a la conservación ambiental, a la transmisión de conocimiento cultural y al fortalecimiento de prácticas comunitarias que aseguran un desarrollo más equitativo y sostenible.

Tabla 7

Propuesta de valor del catálogo digital interactivo

Segmento de usuarios	Propuesta de valor
Turistas nacionales e internaciones interesados en experiencias auténticas, significativas y sostenibles.	Plataforma digital que ofrece un catálogo interactivo de experiencias comunitarias en zonas rurales de Lima.

Buscan alternativas diferentes al turismo convencional, que sean seguras y significativas.	Garantiza que las ganancias económicas vayan directamente a las comunidades anfitrionas, evitando intermediarios.
Desean vivir una conexión cultural y natural más profunda.	Actividades sostenibles alineadas con la ODS 15, meta 15.4, como rutas ecológicas, talleres de agricultura tradicional, reforestación y gastronomía.
Valoran la transparencia, la confianza y el impacto positivo de su viaje.	Experiencias de turismo justo que fortalecen la identidad cultural, preservan los ecosistemas y promueven un impacto social y ambiental responsable.

Nota. Elaboración de propuesta de valor que mitiga directamente los dolores del arquetipo

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El proyecto consiste en el diseño de un catálogo digital interactivo que conecta a turistas nacionales e internacionales con comunidades rurales cercanas a Lima. Esta herramienta busca ofrecer experiencias auténticas, sostenibles y responsables, promoviendo la identidad cultural y la conservación de los ecosistemas locales.

El catálogo digital está diseñado para ofrecer una experiencia completa y accesible a los usuarios. En ella se presentarán diversas experiencias turísticas, como rutas de montaña, talleres artesanales, actividades gastronómicas y festividades locales, aportando con información clara sobre la duración, el costo y los requisitos de cada actividad. Asimismo, cada comunidad anfitriona contará con un perfil propio, donde se mostrará su historia, atractivos y servicios disponibles, con el fin de generar confianza y cercanía con los viajeros interesados.

El catálogo incorpora un sistema de reservas que permitirá a los usuarios adquirir experiencias de forma rápida y segura. Para enriquecer la navegación, se integran recursos multimedia, como fotos, videos y testimonios, que reflejan la autenticidad de las actividades y el entorno rural. Además, los turistas tendrán acceso a un canal de soporte y canales de contacto directo con los organizadores locales.

El diseño de la página se enfoca en tener una interfaz sencilla e intuitiva, adaptada tanto para computadoras como para dispositivos móviles, asegurando su accesibilidad para todo tipo de usuarios. En conjunto, este servicio busca posicionar a las comunidades rurales como destinos turísticos alternativos, generando beneficios económicos para las familias locales y promoviendo la sostenibilidad cultural y ambiental.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio del proyecto ´´Catálogo digital interactivo´´ se basa en una plataforma digital que conecta turistas con comunidades rurales cercanas a Lima, promoviendo experiencias significativas de turismo comunitario. La forma de comercialización funcionará bajo un esquema de Marketplace, donde los viajeros interesados podrán reservar actividades directamente con las comunidades anfitrionas, mientras que la plataforma obtendrá ingresos a través de una comisión por cada reserva realizada.

Este servicio está dirigido tanto a turistas nacionales que buscan tener experiencias únicas en el fin de semana como a turistas internacionales interesados en experiencias sostenibles y culturales. Para llegar a ellos se emplearán como canales principales la plataforma web, redes sociales y alianzas con municipalidades y operadores turísticos.

Este modelo prioriza que los beneficios económicos lleguen directamente a las familias y comunidades anfitrionas, al mismo tiempo que fomenta la sostenibilidad mediante la capacitación local y la creación de un fondo comunitario que permita reinvertir en proyectos de conservación ambiental y fortalecimiento cultural.

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que los visitantes interesados en el turismo sostenible encuentren en el catálogo digital interactivo información clara, confiable y atractiva sobre experiencias auténticas en comunidades rurales cercanas a Lima. Asimismo, se proyecta que el aumento de visitantes genere ingresos responsables que fortalezcan la economía local, promoviendo el bienestar de las familias anfitrionas sin comprometer el entorno natural ni las tradiciones culturales.

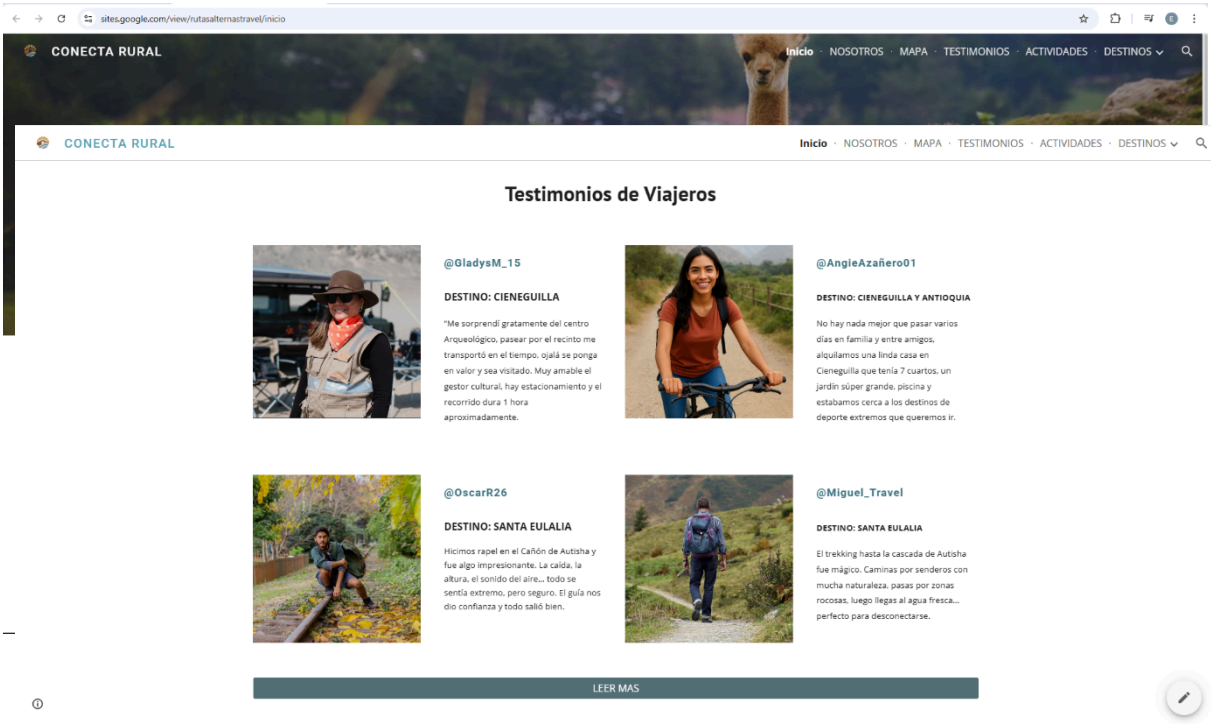
De esta manera, el proyecto contribuirá directamente con la ODS 15, meta 15.4, enfocada en la conservación de ecosistemas de montaña y su biodiversidad, integrando la

sostenibilidad ambiental y sociocultural como ejes centrales del desarrollo turístico en las zonas rurales cercanas a Lima.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Figura 8

Prototipos de alta fidelidad







Nota. Elaboración de prototipos de alta fidelidad del catálogo digital interactivo. En este prototipo podemos ver representado de forma visual y textual los puntos a destacar hablados previamente en este informe del proyecto.

Elaboración propia (2025)

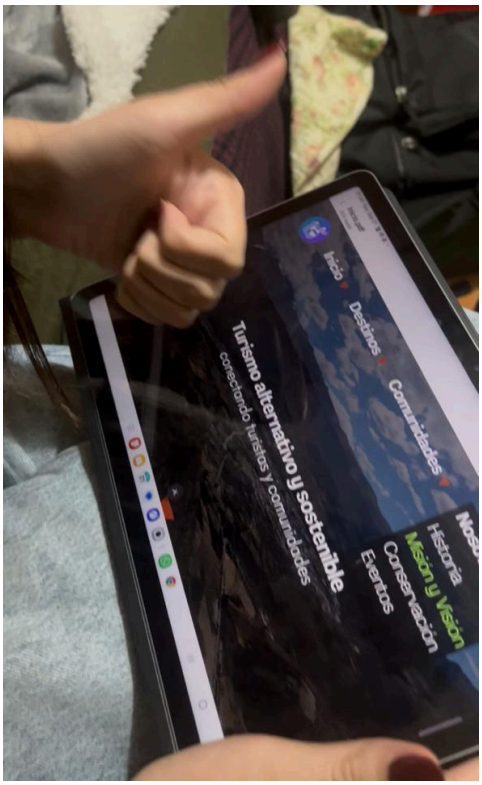
2.5.8 Experimentos

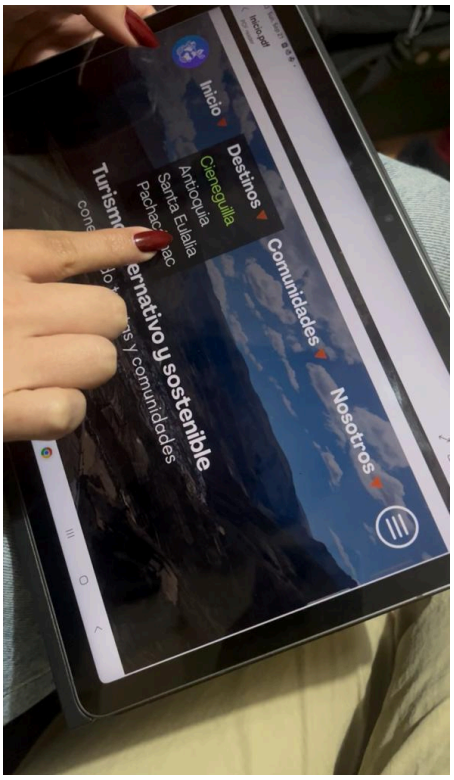
En las pruebas con varios usuarios, coincidieron en que la página es limpia, intuitiva y fácil de usar, ya que la información está organizada y a la vista. Les gustó la variedad de actividades, los testimonios, las fotos, los precios claros y la opción de reservar directamente sin necesidad de hablar con un asesor. Valoraron mucho el botón de "apoyar a la comunidad" y la posibilidad de hospedarse con un habitante local, porque genera confianza y cercanía. También mencionaron que la web es accesible

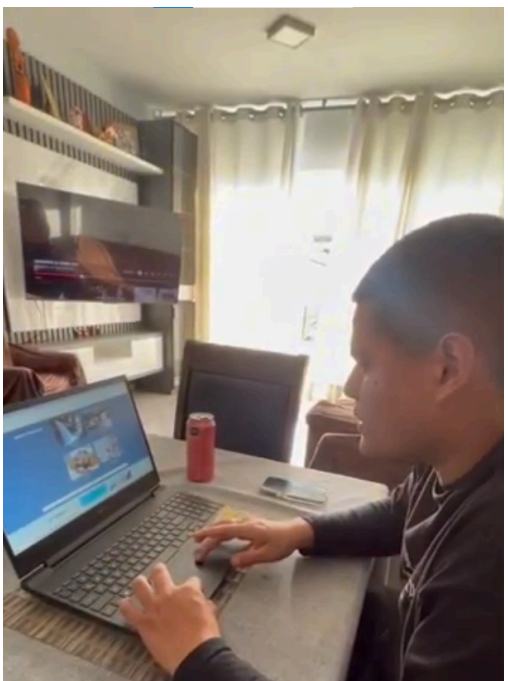
para todo tipo de personas, incluso mayores, y que la recomendarían a conocidos. Como mejoras, sugirieron incluir más actividades para hacer en paralelo y la opción de viajar con mascotas. En general, señalaron que la plataforma despierta interés por visitar las comunidades rurales y motiva a vivir la experiencia.

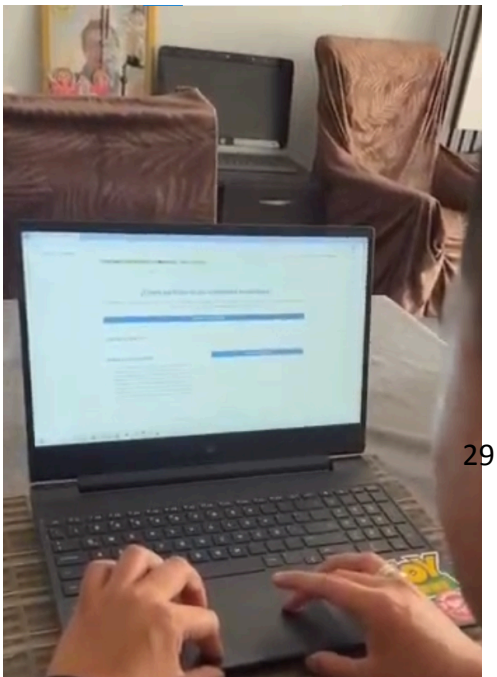
Figura 9

Usuarios interactuando con la primera versión de baja fidelidad y con la última de alta fidelidad.









Nota. Se puso en contexto a las personas para que prueben el modelo de baja y alta fidelidad, los involucrados son personas que están bajo el arquetipo usuario y compartes dolores y necesidades con nuestro arquetipo.

Elaboración propia (2025)

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto propone un catálogo digital que conecta a turistas con comunidades rurales cercanas a Lima mediante experiencias auténticas de turismo comunitario y sostenible. La propuesta de valor se centra en ofrecer un catálogo interactivo con información confiable y fácil de encontrar, que facilita la visibilidad de las comunidades y promueve un turismo responsable. El modelo de negocio funciona bajo un esquema de Marketplace, donde la plataforma actúa como intermediaria entre visitantes y anfitriones, gestionando la promoción y el acceso a experiencias significativas.

La sostenibilidad del proyecto se asegura de generar ingresos que fortalecen la economía local sin afectar las tradiciones ni el ecosistema, alineándose con la ODS 15, meta 15.4 sobre conservación de ecosistemas.

El plan de actividades contempla actividades sostenibles y significativas, los usuarios pueden brindar retroalimentación y escalar a mayor nivel. Para lograrlo se

consideran recursos humanos (programadores, gestores y promotores locales), así como recursos materiales y tecnológicos, entre ellos software de desarrollo, servicios de alojamiento web y herramientas digitales de gestión.)

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto estimado para el desarrollo del catálogo contempla principalmente 4 áreas. En primer lugar, los recursos humanos, incluimos el trabajo de diseñadores web, programadores, gestores locales y community manager, necesarios para el diseño, desarrollo y difusión de la propuesta expuesta en este informe. En segundo lugar, la inversión en tecnología, que abarca la adquisición de un dominio, el servicio de hosting, software de desarrollo y diversas herramientas digitales de gestión. Un tercer rubro corresponde a los materiales, especialmente aquellos destinados a la producción audiovisual como fotos y videos, además del diseño en redes y en el catálogo junto con el material promocional. Finalmente, se considera un presupuesto para capacitación, orientado a formar a las comunidades anfitrionas en el uso de la plataforma y en la atención prestada a los habitantes. En conjunto, estos rubros conforman un presupuesto inicial moderado que permitirá poner en marcha el prototipo, validarlo y avanzar hacia una primera etapa piloto en comunidades rurales cercanas a Lima.

Tabla 8

Tabla de posibles ingresos del catálogo digital

Fuente de ingreso	Descripción breve	Ingreso mensual estimado

Reservas de experiencias turísticas	Comisión del 15% por cada actividad contratada (ej. talleres, rutas, gastronomía)	S/ 3,000
Hospedaje en casas de anfitriones	Comisión del 15% por noches de alojamiento reservadas en comunidades	S/ 2,500
Servicios adicionales	Transporte local, alimentación o paquetes completos (10% de comisión)	S/ 1,500
Publicidad y alianzas	Promoción de negocios locales o convenios con marcas nacionales o internacionales	S/ 1,000

Nota. Elaboración de fuentes de ingresos teórica que puede ser aplicada al proyecto del catálogo digital interactivo, total estimado mensual S/8,000

Elaboración propia (2025)

Tabla 9

Tabla de gastos para el correcto funcionamiento del catálogo digital

Fuente de ingreso	Descripción breve	Ingreso mensual estimado
Recursos humanos	Diseñadores web, programadores, gestores locales y community manager	S/ 2000
Tecnología	Dominio, hosting, software de desarrollo y herramientas digitales	S/ 400
Materiales	Producción audiovisual (fotos y videos), diseño gráfico y material promocional	S/ 1,000
Materiales	Formación a comunidades en uso de la plataforma y atención al visitante	S/ 500

Nota. Elaboración de gastos que puede llegar a tener el correcto funcionamiento del catálogo digital, total estimado mensual S/3,540

Elaboración propia (2025)

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto constituye una propuesta innovadora que busca conectar a turistas con comunidades rurales cercanas a Lima, mediante un catálogo digital interactivo, priorizando la sostenibilidad y comunidad como puntos significativos. La iniciativa no solo promueve ingresos responsables que fortalecen la economía local, sino que también fomenta la preservación de la cultura y del entorno natural cuidando los ecosistemas, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible. Los experimentos y pruebas realizadas con usuarios muestran que el catálogo es claro, intuitivo y atractivo, despertando interés en visitar zonas rurales y generando confianza en el turismo comunitario. Asimismo, el modelo de negocio en formato Marketplace ofrece un esquema escalable y beneficioso, tanto para los turistas como para las comunidades anfitrionas.

4.2 Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos, se recomienda continuar con la mejora del prototipo, incorporando la retroalimentación de los usuarios, como la posibilidad de realizar más actividades en paralelo o incluir la opción de viajar con mascotas. También se sugiere invertir en campañas de difusión digital y marketing que permitan dar a conocer la plataforma en el ámbito nacional e internacional. De igual manera, es recomendable ampliar gradualmente la red de comunidades participantes, asegurando en todo momento la conservación de sus tradiciones y recursos naturales. Finalmente, se aconseja establecer alianzas estratégicas con instituciones de turismo y organizaciones locales, con el finde fortalecer la sostenibilidad y el alcance del proyecto.

V. Referencias Bibliográficas

Zegarra, E. (2023). Entrevista sobre la pobreza rural en el Perú. Sos Faim. https://grade.org.pe/novedades/la-pobreza-rural-se-agrava-en-peru-y-america-latina/

Oficina de Imagen Institucional y Turismo. (2025). Nota de prensa sobre capacitaciones culinarias en Santa Eulalia. https://www.gob.pe/institucion/munisantaeulalia/noticias/1234836-turismo-con-sabor-municipio-y-cenfotur-inician-capacitaciones-culinarias-para-potenciar-la-oferta-gastronomica

Airbnb. (2025). Airbnb reporte de noches reservadas (2024). https://news.airbnb.com/ea/mas-del-50-de-las-noches-reservadas-en-peru-fueron-en-destinos-rurales-revela-la-plataforma-airbnb/