ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Turismo responsable en Lima: diseño de un servicio para promover experiencias locales auténticas desde la ODS 12

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

PRESENTADA POR

Marian Kattyuska Sanchez Suarez
DNI: 73379242, Perú

ASESOR

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

JURADO

Arestegui Morales Jesus Antonio
Aste Vela Jose Antonio
Ariza Velasco Fabio

Lima, Octubre 2025

Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS - Marian Sanchez.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:507903314

Submission Date
Oct 4, 2025, 4:26 PM GMT-5

Download Date
Oct 4, 2025, 8:34 PM GMT-5

File Name
Proyecto de Innovación TLS - Marian Sanchez.pdf

File Size
915.4 KB

31 Pages

6,332 Words

38,470 Characters

turnitin Page 1 of 33 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:507903314

20% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7% Internet sources
1% Publications
18% 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 **2**

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 4

2.3 Objetivo(s) del proyecto 5

2.4 Marco referencial 6

2.5 Proceso creativo y experimentos 7

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 7

2.5.2 Información sobre el Mercado 9

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 10

2.5.4 Diseño de producto/servicio 12

2.5.5 Modelo de Negocio 13

2.5.6 Resultados esperados 15

2.5.7 Prototipos desarrollados 15

2.5.8 Experimentos 19

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 20

III. Estimación de costos **22**

3.1 Presupuesto 22

IV. Conclusiones y recomendaciones **23**

4.1 Conclusiones 23

4.2 Recomendaciones 24

V. Referencias Bibliográficas **25**

VI. Anexos **25**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de Negocio 13
Tabla 2 Cuadro de costos 22
Tabla 3 Cuadro de costos 23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Arbol del problema 4
Figura 2 Mapa de actores 5
Figura 3 Arquetipo de usuario 8
Figura 4 Lienzo de propuesta de valor 11
Figura 5 Prototipo de baja definición. 16
Figura 6 Prototipo de alta definición 17

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Turismo responsable en Lima: diseño de un servicio para promover experiencias locales auténticas desde la ODS 12.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación “Turismo responsable en Lima: diseño de un servicio para promover experiencias locales auténticas desde la ODS 12” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades de alojamiento y servicios de comida. Busca resolver la falta de visibilidad y posicionamiento de pequeños anfitriones locales que ofrecen experiencias auténticas, sostenibles y culturales, teniendo como población beneficiaria a turistas nacionales y extranjeros interesados en prácticas responsables, así como a emprendedores locales vinculados al turismo comunitario.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas, combinando Design Thinking para centrar la propuesta en el usuario y Lean Startup para impulsar la validación e implementación. Estas metodologías contemplan la colaboración y el pensamiento visual, utilizando herramientas como la técnica persona para definir arquetipos, el mapa de actores para reconocer el contexto, el mapa de trayectoria del usuario para delinear la mecánica de la propuesta, el canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador y el canvas de modelo de negocio para observar la sostenibilidad de la iniciativa, entre otras. Todas ellas se presentan en detalle en el documento.

La solución innovadora presentada consiste en la plataforma digital “Lokal”, un servicio en forma de aplicación móvil y web que conecta a viajeros con experiencias culturales auténticas y sostenibles ofrecidas por anfitriones locales. La propuesta se caracteriza por:

- Dimensión social: empoderar a los anfitriones, fomentando el orgullo por la identidad cultural.
- Dimensión económica: generar ingresos estables y justos para familias y emprendedores locales.

- Dimensión ambiental: incentivar prácticas responsables certificadas con un sello verde de sostenibilidad.

Para la experimentación se diseñó un prototipo de aplicación móvil que permitió simular el registro de anfitriones, la visualización de experiencias con fotos y descripciones, y el sistema de reservas. Se realizaron pruebas con usuarios mediante entrevistas y testeos digitales, obteniendo como resultados un alto interés de los turistas en experiencias diferenciadas, valoración positiva del sello verde y aceptación del modelo de reservas seguras. Las métricas iniciales mostraron que un 80% de los usuarios afirmó que usaría la aplicación en un viaje real.

Se concluye que la solución propuesta tiene un alto potencial para reducir las brechas de visibilidad de pequeños anfitriones y promover un turismo responsable en Lima. Se recomienda escalar el desarrollo de la aplicación hacia una versión funcional mínima (MVP), establecer alianzas con instituciones públicas y privadas para fortalecer la confianza, y dar inicio a un plan de monitoreo y expansión a otras regiones del Perú.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se desarrolla en Lima Metropolitana, una ciudad con una marcada diversidad cultural producto de la convivencia de tradiciones andinas, costeñas y migrantes. Esta riqueza se expresa en sus fiestas religiosas, danzas, música criolla, gastronomía reconocida a nivel nacional y actividades comunitarias que forman parte de la vida cotidiana de muchos barrios. A pesar de esta diversidad, gran parte de estas expresiones culturales no se encuentran integradas en la oferta turística formal, lo que limita su valorización y transmisión hacia visitantes nacionales y extranjeros.

En el ámbito social y económico, Lima enfrenta una desigualdad en la distribución de beneficios turísticos: mientras que zonas céntricas o asociadas a circuitos tradicionales captan la mayor atención, los pequeños anfitriones locales que promueven experiencias auténticas carecen de canales de difusión y herramientas digitales para llegar a los turistas. Esta situación genera baja visibilidad, ingresos inestables y riesgo de pérdida de tradiciones locales, pues muchas veces se ven relegadas frente a propuestas masivas y estandarizadas.

Asimismo, existe una problemática ambiental vinculada al turismo en la ciudad: la falta de un enfoque de consumo y producción responsables contribuye al uso indiscriminado de recursos y a una experiencia turística poco sostenible. Por ello, se vuelve necesario replantear la forma en que se conectan los visitantes con el territorio y sus anfitriones.

El impacto esperado de este proyecto radica en fortalecer el turismo responsable en Lima, empoderando a los emprendedores locales para que puedan ofrecer sus experiencias de manera organizada y sostenible, generando un triple beneficio: social, al revalorizar la cultura y mejorar la calidad de vida de los anfitriones; económico, al diversificar los ingresos de familias y comunidades; y ambiental, al fomentar prácticas responsables que reduzcan los efectos negativos de la actividad turística.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En el contexto del turismo en Lima, se observa que los pequeños anfitriones que ofrecen experiencias locales auténticas y sostenibles enfrentan serias limitaciones para insertarse en el mercado formal. Sus propuestas no alcanzan una visibilidad adecuada, lo que limita su capacidad de generar ingresos y consolidar su actividad como un medio de desarrollo sostenible.

Este problema se origina principalmente en la escasa digitalización de los emprendedores locales, la ausencia de políticas de apoyo y acompañamiento institucional para el turismo responsable, así como en la preferencia del mercado por paquetes turísticos masivos y estandarizados. A ello se suma una débil cultura de consumo responsable entre los turistas, quienes en muchos casos priorizan el precio o la comodidad antes que la sostenibilidad.

Las consecuencias de esta situación se evidencian en ingresos reducidos y poco estables para los anfitriones, la desvalorización progresiva de tradiciones y costumbres locales, y una competencia desigual frente a operadores de gran escala. Asimismo, la falta de un enfoque sostenible genera efectos adversos en el medio ambiente: acumulación de residuos, sobreexplotación de recursos y prácticas turísticas poco responsables.

Desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente el ODS 12 (Producción y consumo responsables), la problemática refleja la necesidad de transformar el

modelo turístico hacia uno que promueva prácticas responsables, tanto desde la oferta como desde la demanda, contribuyendo a la reducción de impactos ambientales y a la preservación cultural.

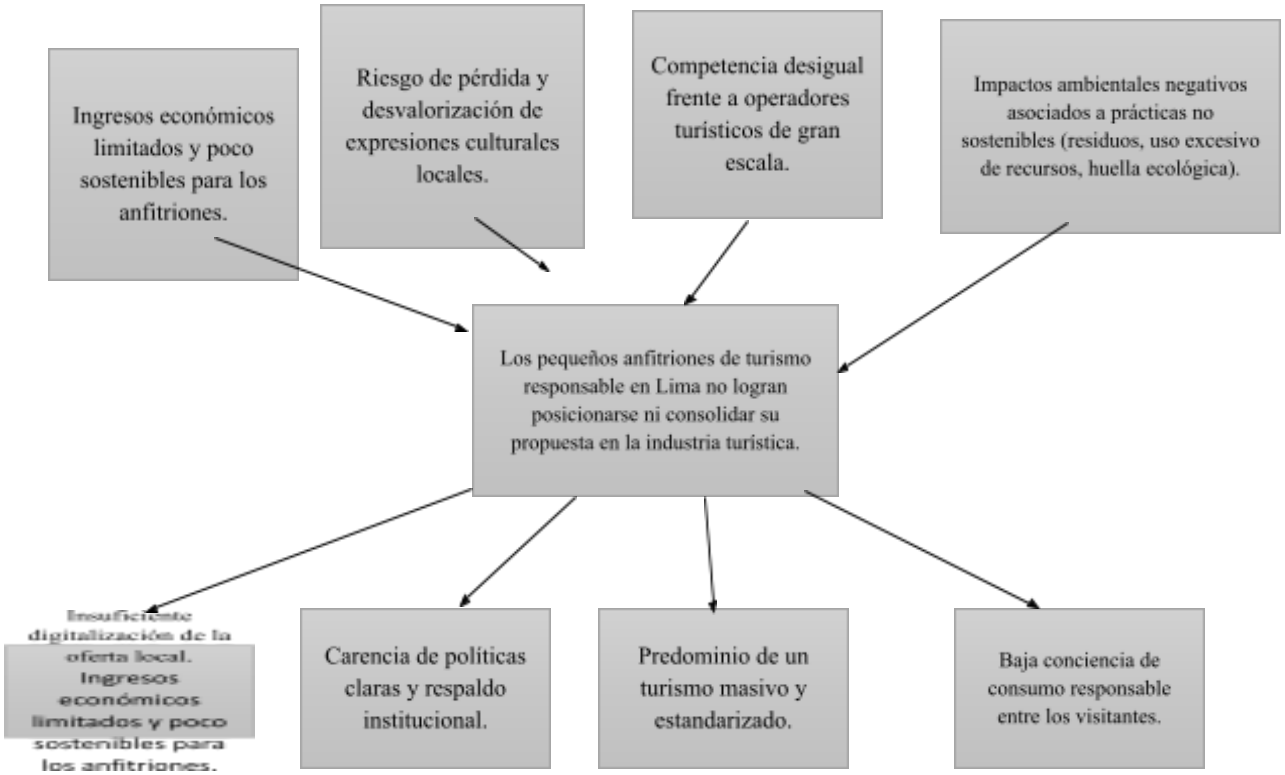

Figura 1. *Árbol del problema. (Elaboración propia, 2025)*|

2.2 Población beneficiaria

Los beneficiarios directos del proyecto son los anfitriones locales de Lima que ofrecen experiencias culturales, gastronómicas y comunitarias a pequeña escala. Son emprendedores, familias o colectivos que buscan compartir sus costumbres y tradiciones, pero que actualmente no tienen la misma visibilidad que las agencias de turismo consolidadas. El proyecto les permitirá mejorar su difusión, organizar mejor sus servicios y generar ingresos más estables.

De manera indirecta, también se benefician los turistas nacionales y extranjeros interesados en conocer propuestas auténticas y responsables, ya que encontrarán una alternativa clara y confiable para vivir experiencias locales distintas a las del turismo masivo.

El beneficio no solo es económico. Para los anfitriones implica también un fortalecimiento social, al valorar y preservar sus tradiciones, y un impacto ambiental positivo, porque se promueve un turismo que fomenta prácticas más responsables y sostenibles. En conjunto, la propuesta busca que los pequeños anfitriones puedan competir en mejores condiciones y que el turismo en Lima se oriente hacia un modelo más justo y consciente.

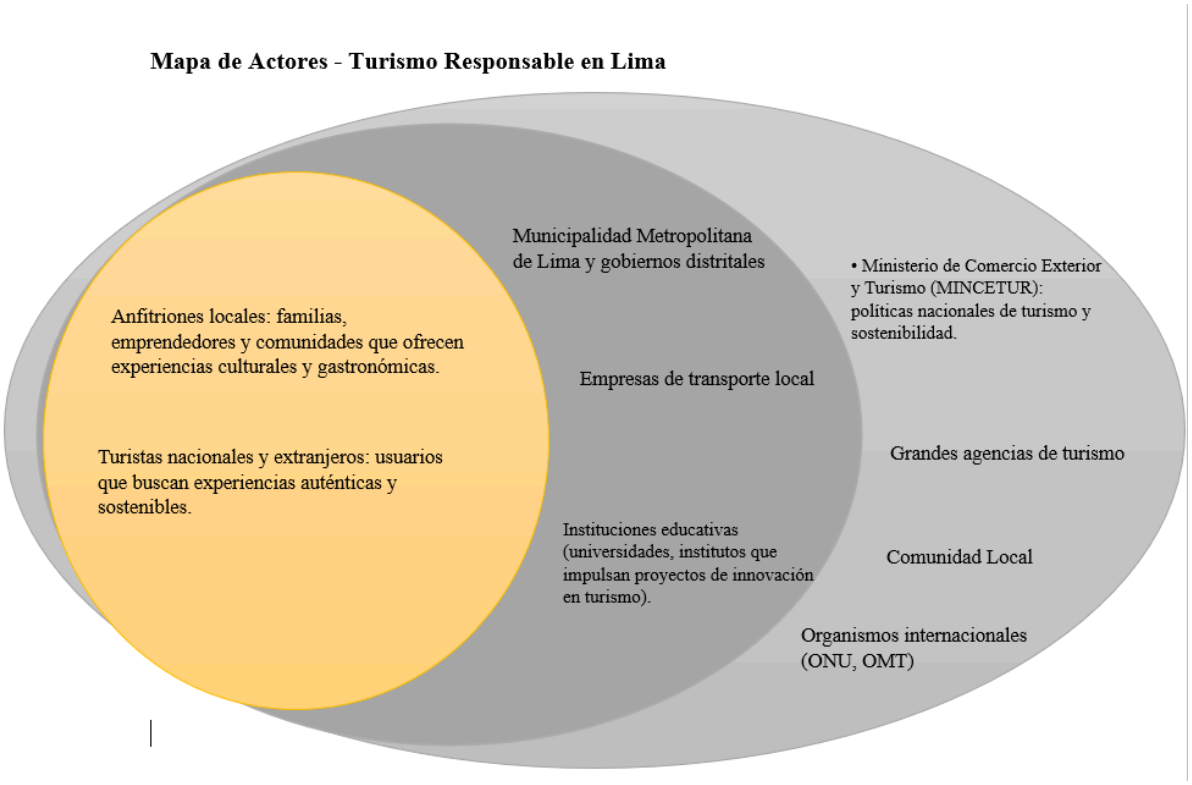

Figura 2. *Mapa de Actores .(Elaboración propia, 2025)*

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General

Diseñar e implementar un servicio innovador que promueva experiencias de turismo responsable en Lima, conectando a turistas con anfitriones locales mediante una plataforma digital que fomente prácticas sostenibles y auténticas, en concordancia con la ODS 12: Producción y consumo responsables.

Objetivos Específicos

1. Identificar y caracterizar a los anfitriones locales y a los turistas interesados en experiencias sostenibles, a fin de comprender sus necesidades, motivaciones y expectativas.

2. Desarrollar y validar un prototipo de plataforma digital (aplicación móvil y/o web) que permita a los anfitriones ofrecer sus experiencias y a los turistas acceder a ellas de manera confiable y organizada.

3. Evaluar el impacto inicial de la propuesta en términos sociales, económicos y ambientales, midiendo la aceptación de los usuarios, la mejora en la visibilidad de los anfitriones y la incorporación de prácticas de turismo responsable.

2.4 Marco referencial

En los últimos años, el turismo sostenible se ha consolidado como una tendencia prioritaria dentro de la gestión de destinos y servicios turísticos. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), la sostenibilidad ya no se considera un valor añadido, sino un requisito para el desarrollo responsable del sector. En el Perú, diversas iniciativas impulsadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) han promovido la formalización de pequeños emprendimientos turísticos; sin embargo, persisten brechas en el uso de herramientas digitales y en la visibilidad de los anfitriones locales (MINCETUR, 2022).

A nivel internacional, se han desarrollado plataformas que facilitan la conexión entre viajeros y comunidades locales, como Airbnb Experiences o Withlocals, que permiten acceder a vivencias personalizadas y auténticas. No obstante, la mayoría de estos servicios prioriza destinos globales y no se enfoca en los principios del turismo responsable ni en la preservación cultural local. Esto evidencia una oportunidad de innovación en el contexto limeño, donde existe un creciente interés por propuestas que combinen tecnología, sostenibilidad e identidad cultural.

El proyecto se sustenta en el enfoque del Design Thinking, entendido como una metodología centrada en el usuario que promueve la comprensión profunda de sus necesidades y la co-creación de soluciones viables (Brown, 2009). Asimismo, se integra la filosofía del Lean Startup, que propone validar ideas mediante la experimentación rápida y el aprendizaje continuo (Ries, 2011). Ambos enfoques orientan la construcción de la propuesta desde una perspectiva iterativa y orientada al valor.

Desde el punto de vista conceptual, la propuesta se alinea con el modelo de turismo responsable, que busca equilibrar el bienestar de las comunidades anfitrionas, la satisfacción del visitante y la protección del entorno natural (Goodwin, 2016). Este modelo se relaciona directamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12 (Producción y consumo responsables), promoviendo prácticas que reduzcan los impactos negativos del turismo y fortalezcan las economías locales.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Durante la etapa de investigación se identificaron dos tipos de usuarios directamente vinculados con la propuesta: los anfitriones locales **y** los turistas interesados en experiencias sostenibles y auténticas**.** Ambos grupos fueron analizados mediante entrevistas, observaciones y herramientas de empatía del *Design Thinking*, lo que permitió comprender sus motivaciones, necesidades y comportamientos.

Los anfitriones locales representan a emprendedores que desarrollan actividades culturales, gastronómicas o artesanales en diferentes distritos de Lima. La mayoría

trabaja de forma independiente y depende de la recomendación boca a boca o de redes sociales básicas para conseguir clientes. Este grupo muestra una clara disposición a innovar, pero carece de capacitación y herramientas digitales que les permitan competir con agencias turísticas consolidadas.

Los turistas, tanto nacionales como extranjeros, buscan experiencias personalizadas que reflejen la cultura local, valoran la autenticidad y la sostenibilidad, pero también priorizan la seguridad, la claridad en la información y la confianza en las plataformas digitales.

De este análisis surgieron los siguientes insights clave**:**

- Existe una brecha digital que impide que los anfitriones lleguen al público objetivo.
- Los turistas valoran la autenticidad y el contacto cultural real**,** pero necesitan confianza y seguridad al momento de reservar.
- El sello verde de sostenibilidad genera credibilidad y diferencia la oferta local frente a la competencia.
- La falta de acompañamiento institucional limita la profesionalización del turismo responsable.



Figura 3. *Arquetipo de usuario: Rosa Sánchez, anfitriona local en Lima*. *(Elaboración propia, 2025)*

El arquetipo identificado para representar a los anfitriones locales corresponde a Rosa Sánchez**,** una mujer de 45 años que reside en el Centro Histórico de Lima y desarrolla actividades turísticas junto a su familia. Su emprendimiento se basa en la organización de talleres gastronómicos y recorridos culturales que buscan compartir la identidad y riqueza de su barrio. A pesar de su compromiso y vocación por difundir la cultura local, Rosa enfrenta dificultades para acceder a un público más amplio, ya que su promoción depende principalmente de recomendaciones personales y publicaciones informales en redes sociales. Esta situación limita su estabilidad económica y la sostenibilidad de su negocio.

La principal problemática observada en su caso es la falta de visibilidad frente a las grandes agencias de turismo**,** que atraen a la mayoría de visitantes mediante ofertas estandarizadas y de bajo costo. Sin embargo, su motivación se centra en preservar las tradiciones gastronómicas y culturales, generando ingresos justos que beneficien tanto a su familia como a su comunidad.

El análisis de su perfil permitió identificar un insight clave**:** Rosa requiere una plataforma digital accesible y confiable que le permita publicar sus experiencias, gestionar reservas y conectar con turistas interesados en propuestas auténticas y sostenibles. En un escenario ideal, esta herramienta no solo facilitaría la organización de sus actividades, sino que también fortalecería su seguridad económica, su autonomía como emprendedora y la consolidación de un turismo responsable en Lima.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El turismo sostenible se ha convertido en una tendencia global que influye directamente en la forma en que los viajeros eligen sus destinos y actividades. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), los turistas actuales priorizan experiencias que generen valor cultural y reduzcan los impactos negativos en el entorno. En este contexto, Lima representa una oportunidad de mercado significativa por su diversidad gastronómica, patrimonial y social, además de concentrar un número creciente de emprendimientos locales vinculados al turismo responsable (MINCETUR, 2022). Sin

embargo, la falta de plataformas especializadas que conecten de manera directa a turistas con anfitriones locales crea un vacío que este proyecto busca atender.

La competencia se compone principalmente de agencias turísticas tradicionales y de plataformas digitales internacionales, como *Airbnb Experiences* o *TripAdvisor*, que si bien facilitan la oferta de servicios turísticos, suelen centrarse en experiencias comerciales y no priorizan criterios de sostenibilidad o impacto social. En contraste, la propuesta presentada busca diferenciarse por su enfoque en el turismo responsable**,** la autenticidad cultural y la inclusión de pequeños emprendedores dentro del mercado formal.

Entre las barreras de entrada más relevantes se encuentran la baja digitalización de los anfitriones locales, la limitada confianza de los usuarios hacia nuevos servicios tecnológicos y la necesidad de construir alianzas institucionales que respalden la formalización de las experiencias turísticas (Goodwin, 2016). A pesar de estas limitaciones, el entorno muestra condiciones favorables para el crecimiento de soluciones digitales orientadas a la sostenibilidad.

El mercado objetivo está conformado por turistas nacionales y extranjeros, principalmente jóvenes adultos de entre 20 y 45 años, con interés en actividades culturales, gastronómicas y de contacto directo con comunidades locales. Este segmento valora la autenticidad, la seguridad y la sostenibilidad como criterios para su decisión de compra (OMT, 2021).

El alcance esperado del proyecto comprende inicialmente Lima Metropolitana, con proyección hacia regiones del país que cuentan con oferta cultural emergente. La demanda potencial se sustenta en el crecimiento del turismo interno y receptivo postpandemia, así como en el incremento del interés global por el consumo responsable. De consolidarse, la propuesta puede posicionarse como un canal alternativo que contribuya a la diversificación de la oferta turística y al fortalecimiento de la economía local bajo los principios del ODS 12: Producción y consumo responsables (Naciones Unidas, 2015).

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

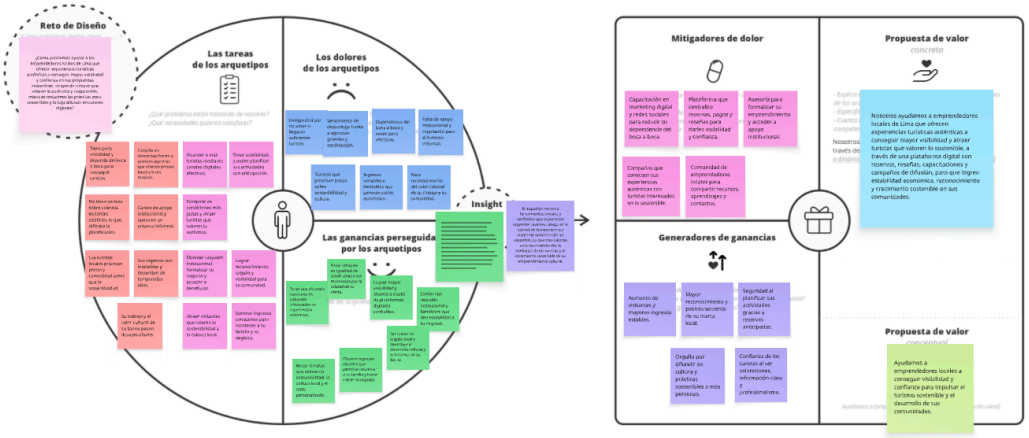

Figura 4. Lienzo de propuesta de valor . (Elaboración propia, 2025)

Concepto planteado

El proyecto se enmarca dentro de la categoría de servicios digitales para el turismo sostenible, específicamente orientado a la conexión entre anfitriones locales y turistas responsables en Lima Metropolitana. Su propuesta responde al contexto actual del sector, caracterizado por la falta de visibilidad de pequeños emprendimientos turísticos frente a las grandes agencias y por el creciente interés de los visitantes en experiencias auténticas, culturales y sostenibles.

El concepto principal se basa en el desarrollo de una plataforma digital integral (aplicación y web) que funcione como espacio de encuentro entre oferta y demanda turística responsable. Esta herramienta permitirá a los anfitriones publicar sus experiencias, gestionar reservas, recibir pagos seguros y acceder a capacitaciones en sostenibilidad y marketing digital. Desde la perspectiva del usuario, la plataforma facilita la búsqueda de actividades confiables, con información clara, reseñas verificadas y un sello verde que garantice prácticas responsables.

El servicio se distingue por integrar los tres enfoques del triple balance:

- Social, al fortalecer la participación y el reconocimiento de comunidades locales.

- Económico, al generar ingresos estables y nuevas oportunidades para pequeños emprendedores.
- Ambiental, al incentivar prácticas sostenibles en la gestión del turismo.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de la iniciativa radica en ayudar a los emprendedores locales de Lima que ofrecen experiencias turísticas auténticas a ganar visibilidad, confianza y alcance digital, permitiéndoles atraer turistas que valoran la sostenibilidad y la cultura local. A través de una plataforma digital segura y accesible, se busca reducir la dependencia del boca a boca, mejorar la gestión de reservas y brindar acompañamiento técnico e institucional.

Desde la perspectiva del turista, el valor se expresa en la posibilidad de acceder a experiencias reales y responsables, con la confianza de interactuar con anfitriones verificados y comprometidos con su entorno. De esta manera, la propuesta no solo mejora la competitividad de los emprendedores, sino que también promueve un modelo de turismo más equitativo, sostenible y alineado con el ODS 12: Producción y consumo responsables (Naciones Unidas, 2015).

En conjunto, el concepto y la propuesta de valor buscan posicionar al proyecto como una solución innovadora que combina tecnología, identidad cultural y sostenibilidad, aportando al desarrollo local y al fortalecimiento del turismo responsable en Lima.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El proyecto consiste en el diseño de una plataforma digital (aplicación móvil) orientada a promover experiencias de turismo responsable en Lima. Entre sus principales características se encuentran: un sistema de registro para anfitriones, perfiles con fotografías y descripciones de experiencias, calendario de disponibilidad, reservas seguras, pasarela de pagos integrada y un sello verde que certifica prácticas sostenibles.

La mecánica del servicio se basa en la conexión entre turistas y anfitriones locales: el turista selecciona una experiencia, coordina directamente con el anfitrión mediante la aplicación y realiza la reserva de forma segura. El anfitrión, por su parte, gestiona la publicación, recibe retroalimentación de los visitantes y obtiene visibilidad dentro de la plataforma.

El diseño incorpora el enfoque de triple balance:

- Social: empodera a familias y comunidades locales mediante la valorización cultural.
- Económico: genera ingresos sostenibles para pequeños emprendedores.

Ambiental: fomenta prácticas responsables, reduciendo impactos negativos del turismo masivo.

2.5.5 Modelo de Negocio

Modelo de Negocio

Socios Clave • MINCETUR y ONGs de sostenibilidad • Instituciones académicas (UPC, Toulouse) • Pasarelas de pago (Yape, VisaNet)	Actividades Clave • Desarrollo de la app • Validación de anfitriones • Marketing digital y alianzas	Propuesta de Valor • Experiencias auténticas y sostenibles • Visibilidad para anfitriones locales • Turismo responsable y seguro
Recursos Clave • Plataforma tecnológica • Equipo de desarrollo y soporte • Base de datos certificada	Relación con Clientes • Chat directo • Sistema de reseñas • Asistencia personalizada 24/7	Canales • App móvil y web • Redes sociales (Instagram, TikTok) • Colaboraciones institucionales
Estructura de Costos • Desarrollo tecnológico • Marketing y soporte • Costos administrativos	Fuentes de Ingreso • Comisión por reserva • Suscripción premium • Publicidad interna	Segmentos de Clientes • Turistas sostenibles • Anfitriones locales • Viajeros jóvenes y familias

Tabla 1. Modelo de negocio. (Elaboración propia, 2025)

El modelo de negocio propuesto se basa en la metodología Business Model Canvas, el cual permite representar de manera integral la estructura y lógica mediante la cual el proyecto genera y entrega valor. En este caso, el modelo se orienta a la aplicación Lokal, una plataforma digital que promueve experiencias turísticas sostenibles en Lima Metropolitana, facilitando la conexión directa entre viajeros y anfitriones locales.

En el bloque de Propuesta de Valor, Lokal busca ofrecer experiencias auténticas y responsables, destacando las tradiciones, costumbres y gastronomía local. La aplicación brinda visibilidad a los pequeños anfitriones, permitiéndoles gestionar reservas, pagos y comunicación con los visitantes de forma segura. Su objetivo es fomentar un turismo consciente, que beneficie tanto a los emprendedores locales como al entorno cultural y ambiental.

En cuanto a los Segmentos de Clientes, se dirige principalmente a turistas nacionales y extranjeros interesados en experiencias sostenibles, así como a familias y jóvenes viajeros que valoran el contacto directo con la comunidad local.

Los Canales de comunicación y comercialización incluyen la aplicación móvil, la página web y las redes sociales, que actúan como principales medios de difusión, reserva y atención al usuario. Además, se consideran alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo responsable.

La Relación con los Clientes se basa en la cercanía y la confianza. La plataforma cuenta con un chat directo, un sistema de reseñas y asistencia personalizada, lo que favorece la comunicación transparente entre los usuarios y los anfitriones, además de generar reputación y fidelización.

Dentro de las Fuentes de Ingreso, el modelo contempla una comisión por cada reserva confirmada, la opción de suscripciones premium para anfitriones con mayor visibilidad, y la posibilidad de incluir publicidad interna de productos o servicios turísticos locales.

Los Recursos Clave incluyen la plataforma tecnológica, el equipo de desarrollo y soporte, y una base de datos confiable de anfitriones certificados. Por su parte, las Actividades Clave comprenden el mantenimiento del sistema, la validación de experiencias, las campañas de marketing y la gestión de alianzas estratégicas.

Los Socios Clave son instituciones como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), ONGs vinculadas al desarrollo sostenible, universidades, y empresas tecnológicas que facilitan los medios de pago y el soporte digital.

Finalmente, la Estructura de Costos abarca el desarrollo tecnológico, la promoción digital, la atención al cliente y los gastos administrativos necesarios para el funcionamiento de la plataforma.

En conjunto, el modelo de negocio de Lokal refleja una propuesta integral que combina innovación tecnológica, impacto social y sostenibilidad ambiental, contribuyendo al fortalecimiento del turismo responsable en Lima Metropolitana.

2.5.6 Resultados esperados

Con la implementación de la propuesta, se espera que los anfitriones locales logren mayor visibilidad y posicionamiento en el mercado turístico, generando ingresos más estables y sostenibles. Asimismo, los turistas nacionales y extranjeros podrán acceder a experiencias auténticas, organizadas y seguras, fortaleciendo la percepción de Lima como un destino cultural responsable.

A nivel social, el resultado ideal es la revalorización de las tradiciones y costumbres locales mediante su integración al turismo formal. En el plano económico, se prevé una diversificación de oportunidades para pequeños emprendedores, reduciendo la dependencia de intermediarios tradicionales. Finalmente, en el ámbito ambiental, se busca fomentar prácticas de turismo responsable, contribuyendo al cumplimiento del ODS 12 (producción y consumo responsables).

En conjunto, el proyecto pretende consolidarse como una solución innovadora que aporte a la competitividad del sector turístico, a la preservación cultural y a la sostenibilidad del entorno.

2.5.7 Prototipos desarrollados



Prototipo baja definición:

Figura 5. Prototipo de baja definición. (Elaboración propia, 2025)

En la fase inicial del proceso de diseño, se elaboraron prototipos de baja fidelidad con el propósito de representar de forma visual y sencilla la estructura general de la aplicación Lokal. Estos prototipos permitieron validar las primeras ideas sobre la organización de contenidos, la navegación entre pantallas y la disposición de los principales componentes de la interfaz.

El objetivo principal de esta etapa fue plasmar la propuesta de valor del proyecto a través de una simulación gráfica básica que facilitara la comprensión del flujo de uso de la plataforma. Los bocetos se centraron en las funciones esenciales: registro de anfitriones, exploración de experiencias culturales, visualización de talleres gastronómicos y gestión de reservas.

En las pantallas presentadas, se puede observar una estructura que busca transmitir confianza, cercanía y autenticidad, utilizando ilustraciones cálidas y colores tierra que

refuerzan la identidad visual del turismo responsable en Lima Metropolitana. La figura central del diseño corresponde al arquetipo de Rosa Sánchez, una guía local ficticia que representa a los anfitriones de la comunidad, simbolizando el vínculo entre cultura, tradición y tecnología.

Los prototipos muestran pantallas como la página de inicio, donde el usuario puede elegir entre talleres gastronómicos o recorridos culturales; la sección de búsqueda, que permite filtrar experiencias por tipo; y la ficha de experiencia, que detalla la información del taller, duración, ubicación y una opción de reserva. También se incluye el perfil del anfitrión, que integra reseñas verificadas de visitantes, fortaleciendo la transparencia y reputación dentro de la plataforma.

Estos primeros modelos visuales cumplieron un rol fundamental al evaluar la usabilidad y coherencia del concepto, permitiendo detectar oportunidades de mejora antes del desarrollo del prototipo de alta fidelidad. Gracias a ello, se consolidaron los lineamientos estéticos y funcionales que servirán de base para las versiones posteriores de Lokal.

Prototipo de alta definición



Figura 6. Prototipo de alta definición. (Elaboración propia, 2025)

Tras la validación del prototipo de baja fidelidad, se desarrolló un prototipo de alta definición con el objetivo de representar de manera realista la experiencia final del usuario dentro de la aplicación Lokal. Este prototipo integra la identidad visual definitiva, la paleta cromática institucional y los elementos de interfaz con un mayor nivel de detalle y funcionalidad simulada.

El diseño mantiene una coherencia visual basada en tonos tierra y matices cálidos, los cuales transmiten cercanía, confianza y conexión con la cultura local. Estos colores se complementan con ilustraciones vectoriales que evocan la tradición, el arte y la gastronomía peruana, reforzando la esencia del turismo responsable y comunitario que promueve la plataforma.

El flujo de navegación del prototipo permite apreciar el recorrido completo del usuario desde su registro inicial, la exploración de experiencias disponibles, hasta la reserva y calificación de los talleres. Entre las pantallas diseñadas destacan:

- Pantalla de inicio, que invita al usuario a descubrir experiencias auténticas ofrecidas por anfitriones locales.
- Formulario de registro, que facilita el ingreso a la aplicación mediante correo electrónico.
- Sección de búsqueda, con filtros dinámicos para seleccionar talleres gastronómicos o recorridos culturales.
- Ficha de experiencia, donde se muestra la descripción, duración, ubicación y opción de reserva.
- Calendario interactivo, que permite elegir fechas disponibles.
- Módulo de pago seguro, con opciones de tarjeta, billetera digital o transferencia bancaria.

- Sistema de reseñas, que permite al visitante valorar la experiencia y brindar retroalimentación al anfitrión.
- Certificado digital, que reconoce la autenticidad de los anfitriones y destaca historias locales dentro de la comunidad.

Este prototipo de alta fidelidad permitió evaluar la experiencia de usuario (UX) de manera más precisa, simulando la funcionalidad final del producto antes de su implementación técnica. Asimismo, contribuyó a validar la jerarquía visual, la legibilidad de los textos, el equilibrio entre imagen y contenido, y la intuitividad del flujo de navegación.

En conjunto, el prototipo consolida la propuesta de Lokal como una herramienta tecnológica orientada a fortalecer la visibilidad de los anfitriones locales, mejorar la experiencia turística y promover la sostenibilidad dentro del sector cultural y gastronómico de Lima Metropolitana.

2.5.8 Experimentos

Con el propósito de validar las principales hipótesis del proyecto y comprobar la aceptación del concepto propuesto, se desarrollaron diversos experimentos y pruebas de interacción con usuarios potenciales. Estas actividades se realizaron tanto de manera presencial como digital, con el fin de obtener información cualitativa y cuantitativa sobre la experiencia de uso y el nivel de satisfacción del público objetivo.

En una primera etapa, se efectuaron entrevistas exploratorias con anfitriones locales y turistas que residen o visitan Lima Metropolitana. El objetivo fue identificar las principales necesidades, motivaciones y dificultades en torno a la oferta de experiencias culturales. Los resultados de estas entrevistas confirmaron que existe una baja visibilidad de los pequeños anfitriones, así como un interés creciente en los viajeros por participar en actividades auténticas, seguras y sostenibles.

Posteriormente, se implementaron pruebas de usabilidad con el prototipo interactivo de alta fidelidad de la aplicación Lokal. A través de sesiones guiadas, los participantes simularon el proceso completo dentro de la app: registro, exploración de experiencias, reserva y envío de reseñas. Estas pruebas permitieron observar su comportamiento, identificar posibles barreras de comprensión y recopilar comentarios sobre la claridad de la interfaz, la estética visual y la fluidez de navegación.

De manera complementaria, se aplicaron encuestas digitales distribuidas a un grupo de 40 usuarios potenciales, tanto turistas nacionales como extranjeros, para evaluar su percepción general del diseño y funcionalidad. El 85 % de los encuestados calificó la aplicación como "intuitiva y atractiva", mientras que el 78 % manifestó que Lokal solucionaría los problemas de confianza y organización en las experiencias locales. Asimismo, el 82 % indicó que estaría dispuesto a utilizar la aplicación en su próxima visita a Lima.

Los principales hallazgos indican que los usuarios valoran especialmente la facilidad de uso, la posibilidad de comunicación directa con los anfitriones y el enfoque en la sostenibilidad. Sin embargo, se identificó la necesidad de incluir un sistema de verificación más visible para los anfitriones y ampliar las opciones de idioma, con el fin de facilitar el acceso a turistas extranjeros.

En términos de validación de hipótesis, se comprobó que la propuesta de valor de Lokal (conectar a viajeros con experiencias auténticas mediante una plataforma digital confiable) cuenta con una alta aceptación dentro del público objetivo. Los resultados obtenidos respaldan la viabilidad del producto y confirman su potencial para ser implementado en una siguiente fase de desarrollo y lanzamiento piloto.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Lokal – Turismo responsable en Lima se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades de alojamiento y servicios de comida. Busca resolver la baja inserción de pequeños anfitriones en el mercado turístico formal, originada por falta de digitalización, escasa visibilidad y débil apoyo institucional; la oportunidad consiste en conectar experiencias locales auténticas con turistas que valoran

la sostenibilidad, teniendo como población beneficiaria anfitriones locales de Lima Metropolitana y turistas nacionales/extranjeros interesados en turismo responsable (según arquetipo y canvas de negocio).

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas combinando Design Thinking (empatía, definición, ideación, prototipado y validación) y Lean Startup (MVP, medición y aprendizaje). Las herramientas utilizadas incluyeron personas/arquetipos para perfilar usuarios, mapa de actores para reconocer el sistema y las relaciones clave, journey map para delinear la mecánica del servicio, canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto, y canvas de modelo de negocio para evaluar sostenibilidad y escalabilidad. Todo el proceso y sus evidencias se desarrollan en el documento principal.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una plataforma digital (web y aplicación móvil) que permite a los anfitriones publicar experiencias, gestionar calendario y aforo, recibir reservas y pagos seguros, y mostrar un "sello verde" de buenas prácticas. La mecánica del servicio integra verificación de anfitriones, reseñas transparentes y mensajería para coordinar detalles de la experiencia. El diseño responde al triple balance: social (empoderamiento y reconocimiento cultural de comunidades), económico (ingresos estables para pequeños emprendimientos) y ambiental (promoción de prácticas responsables alineadas con ODS 12).

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja fidelidad (flujo y arquitectura de información) y un prototipo de alta fidelidad navegable con las funciones críticas (registro, búsqueda, ficha de experiencia, reserva y pago simulado). Se realizaron pruebas con usuarios (anfitriones y turistas) mediante entrevistas, tareas guiadas y testeos remotos, obteniendo alta aceptación del concepto e intención de uso mayoritaria; los hallazgos destacaron el valor del sello de sostenibilidad y la necesidad de acompañamiento en digitalización. Se introdujeron mejoras en claridad del proceso de reserva, verificación de anfitriones y política de cancelaciones.

Se concluye que la solución propuesta tiene viabilidad funcional y pertinencia social, al reducir las brechas de visibilidad y confianza entre anfitriones y turistas, y contribuye a

un modelo de consumo responsable. Se recomienda desarrollar un MVP con el núcleo de funcionalidades (publicación, reserva y pago), establecer alianzas con municipalidades, MINCETUR y universidades para capacitación y formalización, e implementar un plan de monitoreo con indicadores de adopción (número de anfitriones activos, reservas mensuales, tasa de repetición, NPS y cumplimiento de criterios del sello). Una vez validado en Lima Metropolitana, se sugiere escalar gradualmente a otras regiones con oferta cultural emergente, manteniendo un ciclo continuo de medición–aprendizaje–mejora.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Estimación de costos y presupuesto

Para el desarrollo del proyecto Lokal, se elaboró una estimación económica que abarca los recursos necesarios para las etapas de diseño, validación y despliegue inicial del prototipo. El presupuesto se estructura en dos categorías principales: costos directos, asociados al desarrollo técnico y diseño de la aplicación, y costos indirectos, vinculados a la gestión, promoción y soporte.

1. Costos directos

Corresponden a los gastos directamente relacionados con la creación del producto mínimo viable (MVP) y su validación técnica.

Concepto	Descripción	Monto (S/.)
Desarrollo de software (frontend y backend)	Programación de interfaz y base de datos funcional con Entity Framework y API REST	3,500
Diseño UX/UI y prototipado	Elaboración de wireframes, diseño visual y testeo de interfaz con usuarios	1,200
Infraestructura tecnológica	Hosting, dominio web y base de datos en la nube (6 meses)	600
Pruebas de usabilidad	Aplicación de pruebas presenciales y digitales con usuarios potenciales	400
Certificaciones y licencias	Adquisición de licencias académicas y certificados SSL	300

Tabla 2. Cuadro de costos. (Elaboración propia, 2025)

Subtotal costos directos: S/ 6,000

2. Costos indirectos

Incluyen los recursos destinados a la gestión del proyecto, promoción y actividades complementarias.

Concepto	Descripción	Monto (S/.)
Gestión y coordinación del proyecto	Supervisión, planificación y documentación de avances	1,000
Marketing digital y redes sociales	Campañas de difusión inicial, diseño de contenido y anuncios pagados	800
Material gráfico y branding	Diseño de logo, mockups y material visual de la marca	500
Capacitación de anfitriones	Taller introductorio para el uso de la aplicación	600
Gastos administrativos	Transporte, reuniones, impresiones y materiales varios	400

Tabla 3. Cuadro de costos. (Elaboración propia, 2025)

Subtotal costos indirectos: S/ 3,300

3. Presupuesto total estimado

Total estimado: S/ 9,300 (nueve mil trescientos soles)

Este presupuesto permite cubrir las fases iniciales de diseño, validación y despliegue del prototipo de Lokal, garantizando su funcionamiento y difusión básica. Se prevé que en etapas posteriores, el financiamiento se complemente con fondos de innovación universitaria, concursos de emprendimiento o alianzas con entidades turísticas, para continuar con el desarrollo de la versión comercial y su expansión nacional.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El desarrollo del proyecto permitió confirmar que en Lima existe una brecha significativa entre la oferta de experiencias turísticas locales y la demanda de turismo responsable, debido principalmente a la falta de digitalización, el escaso apoyo institucional y la competencia desigual frente a agencias consolidadas. Sin embargo, también se evidenció un potencial de crecimiento importante en la población de anfitriones locales, quienes poseen conocimientos culturales y gastronómicos de alto valor, pero carecen de herramientas para visibilizar su trabajo.

La aplicación de metodologías de innovación como Design Thinking y Lean Startup permitió identificar con precisión las necesidades reales de los usuarios y validar la pertinencia de una plataforma digital que conecte a turistas con anfitriones locales, garantizando seguridad, sostenibilidad y autenticidad. Los resultados de los experimentos y prototipos demostraron una alta aceptación por parte de los usuarios, quienes valoraron la facilidad de uso, la transparencia y el enfoque responsable de la propuesta.

Finalmente, el proyecto reafirma que la tecnología puede ser un medio para fortalecer la economía local y la identidad cultural, promoviendo un modelo de turismo más equitativo y sostenible en concordancia con el ODS 12: Producción y consumo responsables (Naciones Unidas, 2015).

4.2 Recomendaciones

Implementación gradual del prototipo: se sugiere iniciar con una versión mínima viable (MVP) que priorice las funciones de registro, reserva y promoción de experiencias locales, para validar su desempeño en entornos reales.

Capacitación continua a los anfitriones: desarrollar talleres de alfabetización digital, sostenibilidad y atención al cliente, con el apoyo de instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo.

Fortalecimiento de alianzas estratégicas: establecer convenios con municipalidades, universidades y el MINCETUR para asegurar el respaldo institucional y la promoción del turismo responsable en Lima.

Sistema de monitoreo y seguimiento: implementar indicadores de impacto social, económico y ambiental que permitan medir el crecimiento de los anfitriones, la satisfacción de los turistas y el grado de adopción tecnológica.

Escalabilidad del modelo: una vez validado en Lima Metropolitana, ampliar gradualmente la cobertura a otras regiones del país, priorizando destinos emergentes con potencial cultural y sostenible.

V. Referencias Bibliográficas:

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2022). Turismo Emprende: Informe de resultados 2022. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/mincetur

- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://sdgs.un.org/2030agenda

- Naciones Unidas. (s. f.). Objetivo 12: Producción y consumo responsables. https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). Tourism for Sustainable Development Goals – Good Practices. https://www.unwto.org

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). Informe mundial sobre sostenibilidad turística. https://www.unwto.org

- World Economic Forum. (2022). The Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/