# ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

**Vive Pachacámac: Plataforma Digital De Turismo Comunitario**

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

## PRESENTADA POR

Esther Hefziba Alvarado Benitez
DNI: 70717935, Perú

## ASESOR

Jefferson Rodolfo Samir Anaya Romero

DNI: 47552688, Perú
ORCID: 0009-0002-1092-8972

## JURADO

Rojas Acevedo José Francisco Elías
Montero Illmann Axel Alonso
Herrera Esquivel  Estephannia

**Lima, Octubre 2025**

# Informe Proyecto de Innovación_Alvarado Benítez.pdf

My Files

My Files

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

## Detalles del documento

**Identificador de la entrega**

**trn:oid:::11391:559253624**

**Fecha de entrega**

**21 feb 2026, 1:57 a.m. GMT-5**

**Fecha de descarga**

**21 feb 2026, 2:07 a.m. GMT-5**

**Nombre del archivo**

**Informe Proyecto de Innovación_Alvarado Benítez.pdf**

**Tamaño del archivo**

**406.6 KB**

**22 páginas**

**4200 palabras**

**25.748 caracteres**

# 6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

## Fuentes principales

3% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

**N.º de alertas de integridad para revisión**

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

# 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 3**

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 3

2.3 Objetivo(s) del proyecto 4

2.4 Marco referencial 4

2.5 Proceso creativo y experimentos 4

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 4

2.5.2 Información sobre el Mercado 5

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 7

2.5.4 Diseño de producto/servicio 8

2.5.5 Modelo de Negocio 9

2.5.6 Resultados esperados 10

2.5.7 Prototipos desarrollados 11

2.5.8 Experimentos 11

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 12

**III. Estimación de costos 13**

3.1 Presupuesto 13

**IV. Conclusiones y recomendaciones 14**

4.1 Conclusiones 14

4.2 Recomendaciones 15

**V. Referencias Bibliográficas 15**

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados de la encuesta a potenciales turistas 5
Tabla 2 Segmentación y propuesta de canales 6
Tabla 3 Estimación de costos – Presupuesto 14

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de actores del turismo comunitario en Pachacamac 3
Figura 2 Propuesta de Valor 8

# I. Información general

## 1.1 Título del Proyecto de Innovación

Vive Pachacámac: Plataforma digital de turismo comunitario

## 1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Vive Pachacámac: Plataforma digital de turismo comunitario" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas, y busca resolver la escasa digitalización y visibilidad de la oferta turística comunitaria en Pachacamac, teniendo como población beneficiaria a las familias y asociaciones de la comunidad que organizan experiencias turísticas, así como a los viajeros nacionales y extranjeros interesados en vivencias culturales auténticas.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en la plataforma digital "Vive Pachacámac", que integra y promociona actividades culturales, gastronómicas y naturales organizadas directamente por la comunidad. Se trata de una solución digital que permite gestionar la oferta turística sin depender de terceros, con un enfoque de triple balance: social, al empoderar a la comunidad y generar ingresos justos; económico, al ampliar el acceso al mercado y reducir la intermediación; y ambiental, al fomentar prácticas de turismo responsable y sostenible.

Para la experimentación se diseñó un prototipo de baja fidelidad en forma de catálogo digital (PMV), mostrado a ocho usuarios con la propuesta de valor, destinos y experiencias disponibles. A partir de ello, los participantes realizaron simulaciones de reserva mediante un formulario digital, lo que permitió validar el interés, recopilar información sobre la claridad de la oferta, la confianza en el proceso y la usabilidad de la propuesta. Estos testeos validaron la hipótesis inicial y dieron insumos para la mejora. Posteriormente, se desarrolló un prototipo de

alta fidelidad, que incorpora funcionalidades completas de catálogo, reserva en línea y comunicación directa con los anfitriones, ofreciendo una experiencia digital integral tanto para turistas como para la comunidad.

Se concluye que la solución propuesta responde a la necesidad de digitalizar y visibilizar el turismo comunitario en Pachacamac, favoreciendo la inclusión de los actores locales y ofreciendo experiencias auténticas y sostenibles a los visitantes. Además, el proyecto se alinea con el ODS 10: Reducción de las desigualdades, al generar oportunidades equitativas de desarrollo económico y social para la comunidad. Se recomienda avanzar hacia el escalamiento de la plataforma, consolidar alianzas estratégicas con operadores y autoridades locales, y ejecutar un plan de difusión digital que asegure su sostenibilidad a largo plazo.

### 1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El distrito de Pachacamac, al sur de Lima Metropolitana, es reconocido por su patrimonio cultural, arqueológico y natural. Entre sus principales atractivos se encuentran el Santuario Arqueológico de Pachacamac, las Lomas de Lúcumo, así como festividades, talleres artesanales y tradiciones gastronómicas propias de la zona. La riqueza cultural y ambiental del distrito convierte al territorio en un espacio con alto potencial para el turismo comunitario y sostenible.

A pesar de estas fortalezas, el turismo comunitario en Pachacamac enfrenta limitaciones significativas. La oferta turística de la comunidad carece de visibilidad digital, lo que reduce su alcance frente a turistas nacionales y extranjeros que buscan experiencias auténticas. La difusión se ha dado principalmente por el boca a boca, redes sociales de manera aislada o intermediación de agencias, lo que disminuye la capacidad de la comunidad para competir en igualdad de condiciones. Además, la infraestructura turística es limitada y existe una baja articulación entre actores locales, lo que dificulta consolidar una propuesta integral.

Este escenario genera impactos económicos y sociales negativos: las comunidades no logran capitalizar el potencial de sus recursos culturales y naturales, y se perpetúan desigualdades en la distribución de beneficios turísticos. Asimismo, el visitante tiene una experiencia fragmentada y, en ocasiones, con dificultades de acceso a información confiable y canales seguros de reserva.

En este contexto, el proyecto “Vive Pachacamac” busca digitalizar y visibilizar la oferta de turismo comunitario, creando una plataforma que conecte directamente a la comunidad con los viajeros. Con ello, se espera no solo dinamizar la economía local y promover el rescate de tradiciones, sino

también alinear la iniciativa con el ODS 10: Reducción de las desigualdades, al generar mayores oportunidades para la población local en condiciones equitativas.

## II. Descripción de la innovación

### 2.1 Planteamiento del Problema

El turismo comunitario en Pachacamac, a pesar de contar con recursos culturales y naturales valiosos, enfrenta limitaciones como la falta de visibilidad digital, la dependencia de intermediarios y la escasa articulación entre los actores locales. Esto genera que las comunidades no puedan competir en igualdad de condiciones, los beneficios económicos sean reducidos y el visitante tenga dificultades para encontrar información clara y confiable.

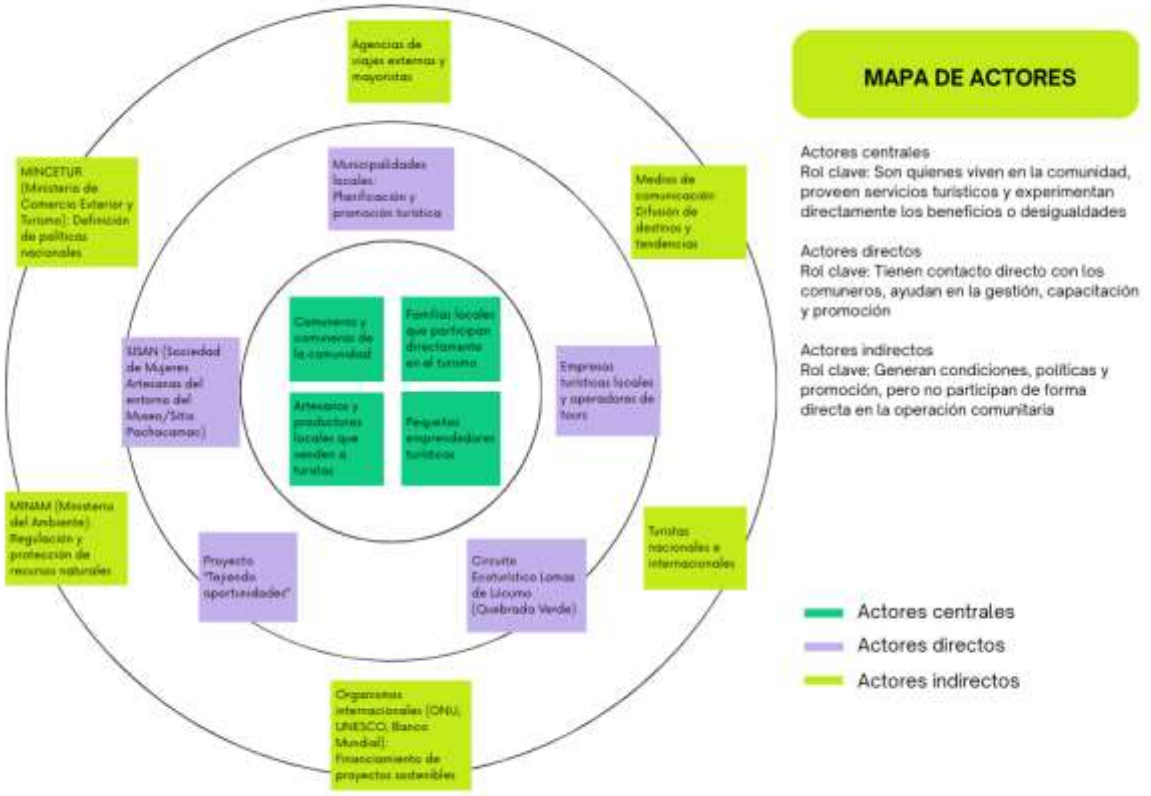


*Figura 1 Mapa de actores del turismo comunitario en Pachacamac*

### 2.2 Población beneficiaria

Directa: Comunidades de Pachacamac que ofrecen experiencias turísticas (ej. guías locales, familias anfitrionas, artesanos, asociaciones gastronómicas).

Indirecta: Turistas nacionales y extranjeros interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

## 2.3 Objetivo(s) del proyecto

**Objetivo general:** Crear una plataforma digital orientada a dar mayor visibilidad y gestione de manera directa la oferta de turismo comunitario en Pachacamac, fortaleciendo la participación local y promoviendo un turismo sostenible.

**Objetivos específicos:**

1. Reconocer y analizar los requerimientos de la comunidad y de los visitantes a través de encuestas y espacios participativos.
2. Diseñar y validar prototipos de la solución digital con usuarios reales.
3. Reducir la dependencia de intermediarios, generando mayor autonomía económica para la comunidad.
4. Promover prácticas de turismo sostenible alineadas con el ODS 10 (Reducción de desigualdades).

## 2.4 Marco referencial

- Contexto previo: experiencias de turismo comunitario en otras regiones del Perú

-Referentes internacionales: casos de plataformas digitales de turismo rural y comunitario en América Latina.

-Marco teórico: conceptos de turismo comunitario, design thinking, lean startup, propuesta de valor y modelos de negocio digitales.

## 2.5 Proceso creativo y experimentos

### 2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El análisis de la interacción con los usuarios permitió evidenciar:

-Interés en experiencias auténticas: Los turistas priorizan actividades culturales y naturales vinculadas a la comunidad (65% de encuestados).

-Preferencia por medios digitales: La mayoría (72%) manifestó interés en realizar reservas mediante plataformas digitales o aplicaciones móviles.

-Necesidad de confianza y claridad: Un porcentaje significativo (58%) señaló dificultades actuales asociadas a la carencia de datos claros y confiables sobre precios, disponibilidad y condiciones de las experiencias.

-Valoración de la organización comunitaria: Los talleres participativos revelaron que los visitantes perciben mayor atractivo cuando las actividades son gestionadas de manera conjunta por la comunidad, garantizando calidad y autenticidad.

| Pregunta | Respuesta más frecuente | Porcentaje (%) |
|---|---|---|
| Tipo de experiencia más valorada | Actividades en el campo | 60% |
| Aspecto más importante en experiencia comunitaria | Autenticidad y contacto real con la comunidad | 23.30% |
| Disposición a pagar más | Sí, dependiendo de actividades incluidas | 63.30% |
| Infraestructura indispensable | Todas las anteriores | 60% |
| Mejora sostenible más valorada | Cuidado de áreas naturales y culturales | 66.70% |
| Facilidad de reservar digitalmente | Muy fácil | 60% |
| Confianza en reservar directo con la comunidad | Sí, pero con algunas dudas | 43.30% |

*Tabla 1 Resultados de la encuesta a potenciales turistas*

### 2.5.2 Información sobre el Mercado

## Oportunidad de mercado

Pachacamac concentra atractivos culturales y naturales a corta distancia de Lima, lo que habilita experiencias de día y fines de semana con alta relación valor–tiempo. La investigación con usuarios (n=30) muestra señales claras de demanda:

- **Tipo de experiencia**: 60% valora *actividades en el campo*; 26.7% *talleres culturales*.
- **Reserva digital**: 86.7% percibe que reservar por canales digitales sería *muy fácil/fácil*.
- **Disposición a pagar**: 36.7% *sí, definitivamente* y 63.3% *sí, dependiendo de las actividades*.
- **Confianza**: ~80% ve viable reservar directo con la comunidad (36.7% totalmente; 43.3% con algunas dudas).

Esta evidencia sugiere una oportunidad para una plataforma que visibilice la oferta comunitaria, estandarice la información y provea reserva directa con confirmación clara.

(ver tabla 1)

## Competencia

**Competidores directos**

-Agencias/operadores que ofrecen tours en Lima y alrededores (venta por web/redes).

-Marketplaces de experiencias (plataformas de tours).

**Competidores indirectos**

-Grupos y páginas en redes sociales donde se coordina informalmente.

-Actividades urbanas alternativas (gastronomía/ocio en Lima).

**Diferenciador de la propuesta**

-Reserva directa con la comunidad (menos intermediación).

-Curaduría local (autenticidad, tradiciones y saberes).

-Transparencia (precios y condiciones claros; confirmación con toda la info requerida).

**Barreras de entrada**

-Confianza/seguridad: percepción de riesgo al reservar directo.

-Estandarización: variabilidad en calidad/servicio entre experiencias.

-Pagos: necesidad de pasarela y comprobantes.

-Capacidades digitales en la comunidad: uso de la plataforma y gestión de reservas.

-Logística e infraestructura: señalización, puntos de encuentro, agua/sombra (la encuesta los demanda).

**Cómo se mitigarán**

-Políticas claras, reseñas y perfiles verificados.

-Fichas estándar por experiencia (incluye duración, precio, qué incluye, condiciones).

-Pasarela de pago segura y confirmación automática con toda la info (el 76.7% la considera indispensable).

-Capacitaciones y guías operativas para anfitriones.

-Alianzas con municipio/actores locales para mejoras básicas.

**Alcance esperado y mercado objetivo**

**Fase 1 (Pachacamac)**

-Segmento principal: jóvenes y adultos de Lima (18–45) que buscan salidas cortas, naturaleza y cultura; parejas y grupos de amigos.

-Segmentos adicionales: universidades/colegios (salidas educativas), empresas (team building/voluntariado).

-Canales: RR. SS., referidos, hostales/hoteles aliados, web municipal.

**Fase 2 (Escalamiento)**

Integración con actores regionales y ampliación de cartera (más experiencias/temporadas), manteniendo el foco comunitario.

| Segmento | Motivador clave | Tipo de experiencia | Canal principal |
|---|---|---|---|
| Jóvenes (18–30, Lima) | Aventura, autenticidad | Actividades en el campo | Redes sociales, influencers |
| Adultos (30–45, Lima) | Naturaleza, desconexión | Caminatas, talleres culturales | Web propia, alianzas hostales |
| Universidades/Colegios | Aprendizaje experiencial | Talleres culturales y visitas guiadas | Convenios educativos |
| Empresas | Cohesión, sostenibilidad | Team building, voluntariado comunitario | Contacto directo / B2B |

*Tabla 2 Segmentación y propuesta de canales*

**Demanda potencial (cualitativa)**

Los resultados de encuesta indican interés alto por experiencias comunitarias, fricción baja con la reserva digital y disposición a pagar positiva (condicionada a claridad y valor percibido). La preferencia por información completa en la confirmación (76.7%) y por cuidado del entorno (66.7%) refuerza que la propuesta debe privilegiar transparencia y sostenibilidad. Con el prototipo de alta

fidelidad operativo, se espera validar conversión por segmento y ajustar precios/paquetes según desempeño.

### 2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

- **Concepto planteado**

La iniciativa "Vive Pachacamac" corresponde a la categoría de plataformas digitales de turismo comunitario. Se trata de una solución que conecta directamente a las comunidades locales de Pachacamac con turistas nacionales y extranjeros interesados en experiencias auténticas, sostenibles y de corta distancia desde Lima.

Entre sus principales características destacan:

**-Digital:** accesible desde web y dispositivos móviles.

**-Cultural y experiencial:** oferta de talleres, gastronomía, caminatas guiadas y actividades en la naturaleza.

**-Comunitario:** gestión directa por los habitantes de Pachacamac, reduciendo la dependencia de agencias intermediarias.

**-Sostenible:** promueve prácticas responsables con el medio ambiente y fomenta la inclusión social.

El contexto en el que surge responde a la necesidad de dar mayor visibilidad a la oferta turística comunitaria, mejorar la confianza en los procesos de reserva y garantizar beneficios económicos más justos para la comunidad.

**Propuesta de valor**

El valor diferencial que ofrece Vive Pachacamac radica en ofrecer a los turistas una experiencia auténtica, confiable y directa con la comunidad, garantizando:

**-Para los turistas:** acceso a experiencias únicas, precios transparentes, confirmación clara de reservas e interacción directa con anfitriones locales.

**-Para la comunidad:** mayor autonomía en la gestión de su oferta, acceso a un mercado más amplio y reducción de intermediación, lo que se traduce en ingresos más justos y sostenibles.

**-Para el entorno:** fomento de un turismo responsable que protege recursos culturales y naturales, alineado con el ODS 10: Reducción de las desigualdades.

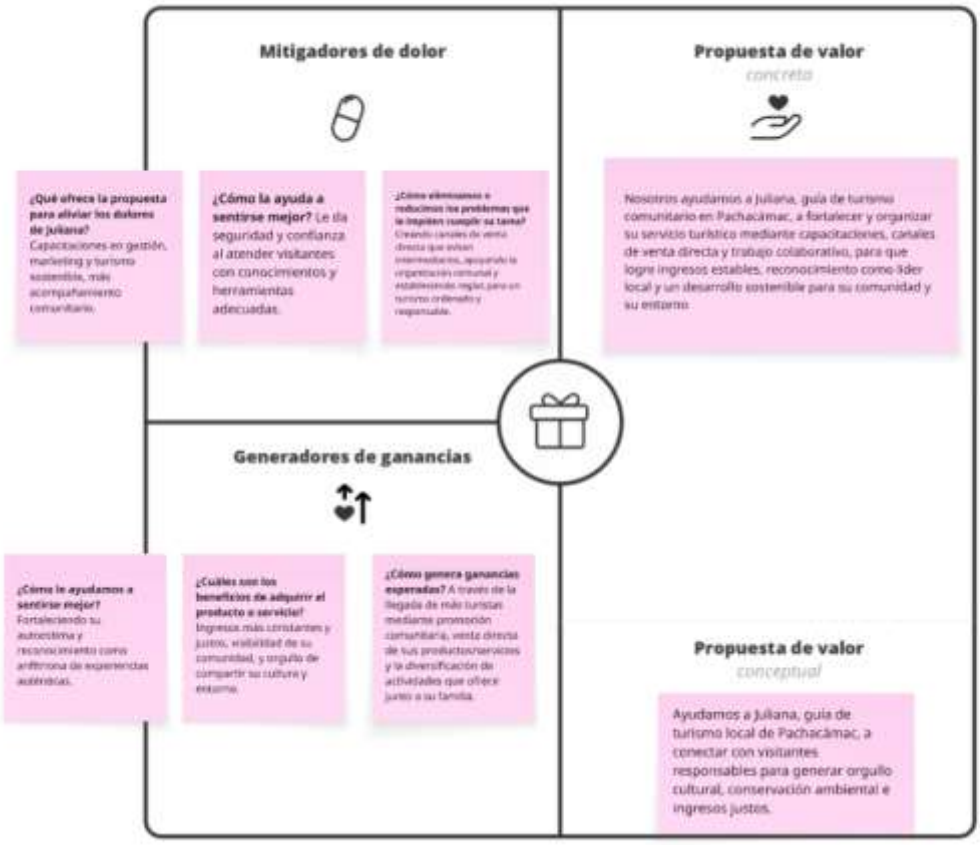


*Figura 2 Propuesta de Valor*

### 2.5.4 Diseño de producto/servicio

El producto diseñado es la plataforma digital "Vive Pachacamac", orientada a visibilizar y gestionar de manera directa la oferta de turismo comunitario en el distrito.

**Características digitales**

**-Accesibilidad multiplataforma**: disponible en versión web adaptable a dispositivos móviles.

**-Catálogo interactivo**: listado de experiencias comunitarias con descripciones claras, precios, horarios, duración, ubicación y condiciones.

**-Sistema de reservas en línea**: formulario integrado para seleccionar fecha, confirmar disponibilidad y generar reserva.

**-Comunicación directa**: canal de mensajería o contacto entre el visitante y el anfitrión comunitario.

**-Seguridad y confianza**: confirmación automática con todos los detalles (actividades, punto de encuentro, recomendaciones), alineado con los resultados de la encuesta (76.7% consideró indispensable recibir información completa).

**Mecánica del servicio**

-**Exploración**: El visitante accede a la plataforma y revisa experiencias categorizadas por tipo (naturaleza, gastronomía, cultura).

-**Selección**: consulta detalles de cada experiencia (precio, duración, reseñas).

-**Reserva**: completa el formulario digital y realiza la confirmación en línea.

-**Ejecución**: el anfitrión recibe la notificación y organiza la experiencia directamente con el turista.

-**Retroalimentación**: el visitante puede dejar una reseña, lo que contribuye a generar confianza en nuevos usuarios.

**Enfoque de triple balance**

-**Social**: empodera a los habitantes de Pachacamac al darles mayor visibilidad y control sobre su oferta turística.

-**Económico**: reduce la dependencia de intermediarios, lo que incrementa los ingresos directos para la comunidad.

-**Ambiental**: promueve actividades responsables con el entorno, como caminatas guiadas en las Lomas y talleres que rescatan tradiciones sin generar impactos negativos.

### 2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de "Vive Pachacamac" se basa en la modalidad B2C (Business to Consumer), conectando de manera directa a los turistas con las comunidades locales de Pachacamac, reduciendo la dependencia de intermediarios y generando mayor autonomía económica para los anfitriones.

**Descripción del modelo**

-**Propuesta de valor:** plataforma digital que visibiliza experiencias auténticas de turismo comunitario y facilita reservas seguras y transparentes.

-Clientes: turistas nacionales y extranjeros que buscan experiencias culturales, gastronómicas y naturales.

-**Comunidad oferente:** familias, asociaciones y emprendedores locales que brindan experiencias organizadas.

-**Relación con el cliente:** contacto directo entre anfitrión y turista mediante la plataforma, con confirmaciones automáticas y reseñas posteriores.

**Forma de comercialización**

-**Plataforma digital:** catálogo interactivo de experiencias, con fichas estandarizadas que incluyen descripción, precio, duración, condiciones y contacto con el anfitrión.

-**Modelo de ingresos:**

Comisión por cada reserva confirmada en la plataforma.

Ingresos complementarios a futuro mediante paquetes turísticos combinados (ej. gastronomía + caminata + taller).

**-Canales de difusión:** sitio web, redes sociales, alianzas con instituciones educativas, hoteles/hostales y la Municipalidad de Pachacamac.

**Diferenciación del modelo**

A diferencia de las agencias tradicionales o de las reservas informales en redes sociales, Vive Pachacamac:

1. Ofrece transparencia y seguridad en los procesos de reserva.
2. Promueve beneficios económicos directos para la comunidad, reduciendo intermediación.
3. Genera un impacto social y cultural al revalorizar tradiciones, y un impacto ambiental positivo al fomentar prácticas sostenibles.

### 2.5.6 Resultados esperados

Cuando la propuesta interactúe con el mercado y los usuarios, la plataforma **"Vive Pachacamac"** generará los siguientes resultados esperados:

1. **Mayor visibilidad digital del turismo comunitario** en Pachacamac, facilitando que turistas nacionales y extranjeros encuentren información confiable y organizada sobre experiencias locales.
2. **Incremento en la autonomía económica de la comunidad**, al reducir la dependencia de agencias intermediarias y permitir que los beneficios de las reservas lleguen directamente a los anfitriones.
3. **Crecimiento progresivo en la demanda** de experiencias culturales, gastronómicas y naturales, gracias a la confianza generada por un sistema de reservas transparente y reseñas de usuarios.
4. **Mejora en la experiencia del visitante**, al acceder a precios claros, confirmaciones automáticas y contacto directo con los anfitriones, lo que eleva los niveles de satisfacción y recomendación.
5. **Impacto social y cultural positivo**, fortaleciendo la identidad local, rescatando tradiciones y fomentando la participación organizada de la comunidad.
6. **Contribución ambiental**, al promover un turismo responsable que pone en valor los recursos naturales de Pachacamac y sensibiliza a los visitantes sobre su cuidado.

En el escenario ideal, la plataforma se consolidará como una **referencia de turismo comunitario en Lima Metropolitana**, con potencial de réplica en otros destinos del Perú que buscan visibilizar su riqueza cultural y natural mediante la digitalización.

### 2.5.7 Prototipos desarrollados

**Prototipo de baja fidelidad**

Se implementó un catálogo digital en Canva como Producto Mínimo Viable (PMV), que mostraba la propuesta de valor, destinos y experiencias de Pachacamac. Este material fue presentado a ocho usuarios, quienes exploraron la oferta y, posteriormente, participaron en simulaciones de reserva mediante un formulario digital (Google Forms).

Este prototipo permitió validar el interés, recoger observaciones sobre la claridad de precios, la organización de la información y la confianza en el proceso de reserva.

**Prototipo de alta fidelidad**

Los hallazgos obtenidos permitieron diseñar un prototipo de alta fidelidad que ya integra las funcionalidades principales de la plataforma:

-Catálogo interactivo de experiencias.

-Detalle con precios, condiciones, ubicación y fotos.

-Sistema de reservas en línea con confirmación automática.

-Canal de contacto directo con anfitriones comunitarios.

Este prototipo representa la experiencia digital final esperada y fue diseñado para validar la usabilidad de la plataforma y la percepción de confianza de los usuarios.

### 2.5.8 Experimentos

**Actividades realizadas**

Con el fin de validar la propuesta, se diseñaron y ejecutaron experimentos con usuarios reales, de manera digital:

1. **Presentación del catálogo digital (PMV)** → mostrado a ocho usuarios con la propuesta de valor, destinos y experiencias disponibles.
2. **Simulación de reservas en formulario digital** → los participantes, luego de revisar el catálogo, realizaron el proceso de reserva a través de un Google Forms que replicaba el flujo de la plataforma.
3. **Encuestas posteriores y talleres participativos** → Se obtuvo retroalimentación acerca de la facilidad de uso, la transparencia en la información y la confianza generada por el servicio.

**Resultados obtenidos**

- Aceptación del concepto: los usuarios mostraron interés por la oferta de experiencias comunitarias.
- Usabilidad percibida: el 60% calificó la reserva digital como “muy fácil” y 26.7% como “fácil”.
- Confianza: 36.7% confió totalmente en reservar directo con la comunidad y 43.3% expresó confianza con algunas dudas.
- Información clara: el 76.7% señaló que la confirmación de la reserva debe incluir todos los detalles (precio, itinerario, punto de encuentro, condiciones).
- Valoración de autenticidad: más del 65% consideró atractivo participar en experiencias gestionadas directamente por la comunidad.

**Nivel de validación de hipótesis**

- **Hipótesis 1:** Existe interés en el turismo comunitario en Pachacamac.

Validada: 65% prioriza actividades en el campo y 26.7% talleres culturales.

- **Hipótesis 2:** Los usuarios prefieren reservar en línea.

Validada: más del 85% percibió que la reserva digital sería fácil o muy fácil.

- **Hipótesis 3:** Reservar directamente con la comunidad genera confianza.

Parcialmente validada: aunque la mayoría confía, persisten dudas sobre seguridad y formalidad.

**Métricas y hallazgos**

- Usuarios testeados: 8 en simulación + 30 encuestas.
- Simulaciones de reserva completadas: 8/8 (100%).
- Principales hallazgos:

-La navegación es intuitiva en el PMV, pero requiere mayor detalle en precios.

-La confianza mejora con confirmaciones claras y reseñas visibles.

-Se valora que la comunidad gestione directamente las experiencias.

-Los usuarios esperan que la plataforma asegure facilidad, transparencia y seguridad.

### 2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La iniciativa innovadora denominada *“Vive Pachacamac”* se presenta como una solución digital para el turismo comunitario, orientada a integrar experiencias culturales, gastronómicas y naturales gestionadas directamente por los pobladores del distrito. Su propuesta de valor radica en brindar a los visitantes una experiencia confiable y auténtica,

mientras que el modelo de negocio se estructura bajo la modalidad B2C, con ingresos obtenidos por comisiones de reservas y alianzas estratégicas.

La viabilidad del proyecto se sustenta en tres dimensiones:

- **Social**, al fortalecer la participación organizada de la comunidad y generar ingresos directos.
- **Económico**, al reducir la intermediación y aumentar la competitividad del destino.
- **Ambiental**, al promover prácticas responsables y respetuosas con los recursos locales.

El plan de actividades contempla:

1. **Nueva iteración**: ajustes al prototipo de alta fidelidad tras pruebas de usabilidad.
2. **Réplica**: incorporación de nuevas comunidades dentro de Pachacamac con experiencias diversas.
3. **Masificación**: escalamiento a otros distritos con potencial turístico comunitario, articulando una red de experiencias bajo un mismo modelo.

Para llevar a cabo estas etapas, se requieren los siguientes recursos:

- **Humanos**: desarrolladores web, diseñadores UX, gestores comunitarios, capacitadores.
- **Materiales**: equipos de cómputo, acceso a internet, material gráfico promocional.
- **Tecnológicos**: software para la gestión de reservas, hosting de la plataforma, pasarela de pagos segura y herramientas de análisis digital.

## III. Estimación de costos

### 3.1 Presupuesto

El presupuesto estimado para la implementación y mantenimiento del proyecto “Vive Pachacamac: Plataforma digital de turismo comunitario” ha sido calculado en un horizonte de un año, con el fin de reflejar tanto los gastos iniciales de desarrollo como los costos de operación y soporte. Se ha establecido una clasificación entre gastos fijos, que corresponden a inversiones que se realizan una sola vez o de manera estable (diseño, desarrollo, hosting,

capacitaciones), y gastos variables, que se proyectan de acuerdo con el uso y la operación continua de la plataforma (soporte técnico, marketing digital, servicios básicos, contingencias).

El presupuesto total anual asciende a S/ 28,540, monto que permite garantizar la puesta en marcha y sostenibilidad del proyecto durante el primer año de funcionamiento. Esta estimación contempla el diseño y desarrollo de la página web, el pago de servicios digitales esenciales como hosting, dominio, correo corporativo y certificación de seguridad, así como capacitaciones iniciales a la comunidad. Asimismo, se han considerado costos de operación como campañas de marketing digital, servicio de internet, consumo eléctrico y soporte técnico, fundamentales para asegurar la continuidad del servicio y la confianza de los usuarios.

| Categoría | Detalle | Tipo de gasto | Monto mensual (S/.) | Monto anual (S/.) |
|---|---|---|---|---|
| **Diseño UX/UI** | Desarrollo de la interfaz gráfica y experiencia de usuario (una sola vez) | Fijo | | S/ 3,000.00 |
| **Desarrollo web** | Implementación inicial de la plataforma (una sola vez) | Fijo | | S/ 6,000.00 |
| **Hosting y dominio web** | Alojamiento y dominio por 12 meses | Fijo | | S/ 800.00 |
| **Herramientas digitales** | Licencias de Miro, Canva Pro y software de gestión (12 meses) | Fijo | | S/ 800.00 |
| **Capacitación inicial** | Talleres de formación para la comunidad en uso de la plataforma | Fijo | | S/ 1,800.00 |
| **Marketing digital inicial** | Campaña de lanzamiento (primer mes) | Fijo | | S/ 2,000.00 |
| **Soporte técnico** | Mantenimiento correctivo y mejoras menores durante 12 meses | Variable | S/ 300.00 | S/ 3,600.00 |
| **Marketing digital continuo** | Publicidad en redes sociales (12 meses) | Variable | S/ 400.00 | S/ 4,800.00 |
| **Servicio de luz** | Consumo eléctrico por uso de computadora (12 meses) | Variable | S/ 100.00 | S/ 1,200.00 |
| **Internet fijo** | Conexión estable para gestión y soporte (12 meses) | Variable | S/ 120.00 | S/ 1,440.00 |
| **Correo corporativo** | Cuenta institucional con dominio propio | Fijo | | S/ 300.00 |
| **Seguridad digital** | Certificado SSL y copias de respaldo | Fijo | | S/ 300.00 |
| **Contingencias (10%)** | Reserva para imprevistos | Variable | | S/ 2,500.00 |
| **Total estimado** | | | | S/ 28,540.00 |

*Tabla 3 Estimación de costos – Presupuesto*

# IV. Conclusiones y recomendaciones

## 4.1 Conclusiones

1. La iniciativa “Vive Pachacamac” atiende la problemática de escasa visibilidad digital y dependencia de intermediarios, lo que limita el crecimiento del turismo comunitario en el distrito.

2. El trabajo con usuarios confirmó el interés por experiencias auténticas y la disposición a realizar reservas en línea, aunque también reveló la necesidad de mayor precisión en precios y confianza en el proceso.

3. El prototipo inicial de baja fidelidad (catálogo Canva + simulaciones de reserva) sirvió para poner a prueba la propuesta y recopilar aportes clave orientados a su mejora.

4. El prototipo avanzado de alta fidelidad reforzó la visión del sistema digital, mostrando un flujo completo que integra exploración, reserva y confirmación en línea como una experiencia coherente y funcional.

5. La propuesta se articula con el ODS 10 – Reducción de desigualdades, ya que impulsa la participación directa de la comunidad, garantiza ingresos más equitativos y fomenta un turismo sostenible.

**Recomendaciones**

1.Iterar y optimizar el prototipo de alta fidelidad con nuevas pruebas de usabilidad, incorporando mejoras en diseño, accesibilidad y confianza del usuario.

2.Implementar un plan de difusión digital enfocado en redes sociales y alianzas estratégicas (municipalidad, instituciones educativas, hostales/hoteles) para posicionar la plataforma.

3.Capacitar a la comunidad en el uso de la herramienta digital, gestión de reservas, atención al cliente y prácticas de turismo responsable.

4.Monitorear y medir indicadores clave como: número de visitas al sitio, reservas confirmadas, satisfacción del turista y beneficios económicos generados.

5.Escalar progresivamente la iniciativa, primero integrando más asociaciones y familias de Pachacamac, y luego replicando el modelo en otros distritos con potencial de turismo comunitario.

## V. Referencias Bibliográficas


Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). *Turismo sostenible en América Latina y el Caribe*. Washington D.C.: BID. https://www.iadb.org/es

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. New York: Harper Business.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Estadísticas de turismo interno en el Perú*. Lima: INEI. https://www.inei.gob.pe

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (2022). *Turismo rural comunitario en el Perú*. Lima: MINCETUR. https://www.gob.pe/mincetur

Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. Organización de las Naciones Unidas. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Tourism and rural development*. Madrid: UNWTO. https://www.unwto.org

Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo comunitario y desarrollo sostenible*. Madrid: UNWTO. https://www.unwto.org

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business.

Toulouse Lautrec. (2023). *Guía de proyectos de innovación para el grado de bachiller*. Lima: Escuela Toulouse Lautrec.

United Nations Development Programme. (2021). *Tourism and the Sustainable Development Goals*. New York: UNDP. https://www.undp.org

UNESCO. (2021). *Patrimonio cultural inmaterial y turismo sostenible*. París: UNESCO. https://ich.unesco.org/es