ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Punto Wari: Módulo comunitario de información y registro para talleres vivenciales con los artesanos de la asociación Ichimay Wari

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

PRESENTADO POR

Leonardo Rabanal Miranda
DNI: 74254818, Lima - Perú

ASESOR

Katherine Evelyn Bragagnini Garcia
DNI: 40214780, Perú
ORCID: 0009-0000-7827-9951

JURADO

Mora Sifuentes Jasmine Erika
Sanchez Villanueva Kelly Doris
Saavedra Saavedra,Martin Alberto

Lima, febrero 2026

Informe-ID2018134295-RABANAL.docx

Desarrollo Educativo S.A. Institute Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::11391:549168928

Fecha de entrega
25 ene 2026, 2:35 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 2:37 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-ID2018134295-RABANAL.docx

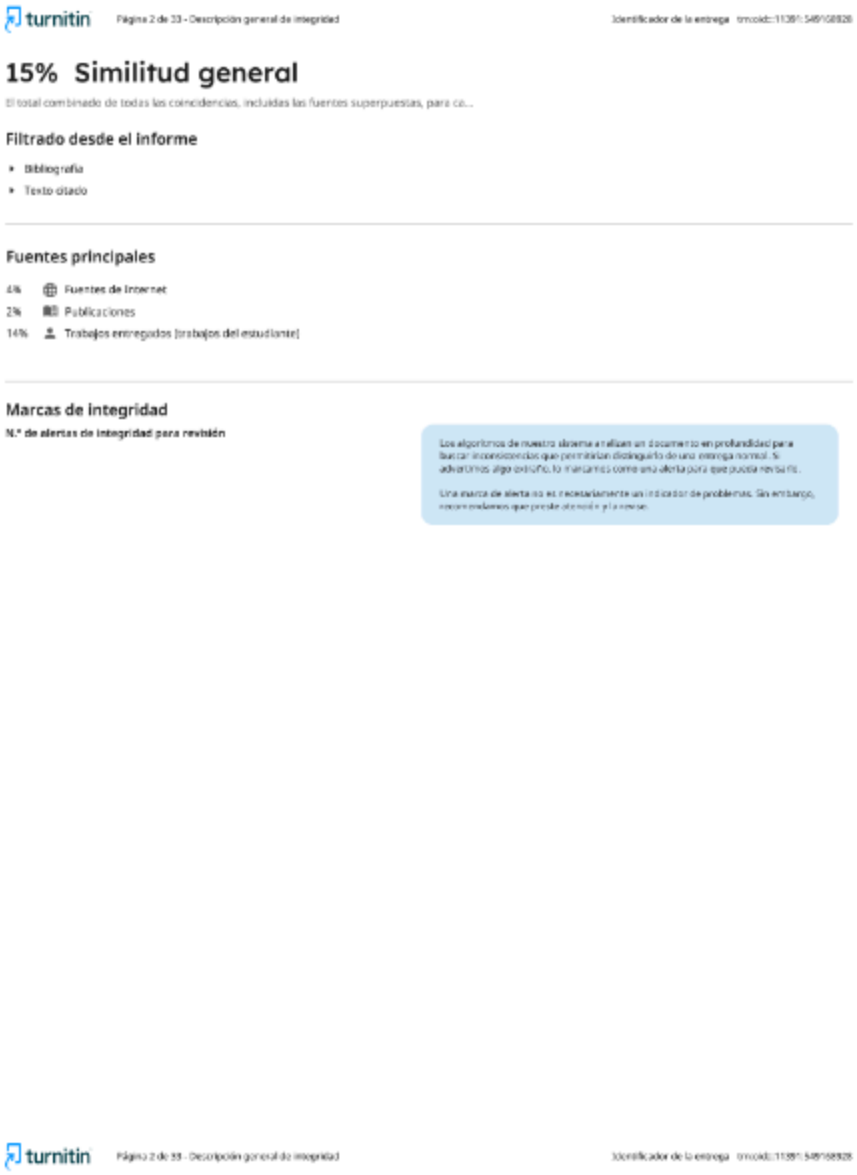
Tamaño del archivo
7.2 MB

20 páginas

3880 palabras

22.197 caracteres

turnitin Página 1 de 33 - Portada Identificador de la entrega trn:oid::11391:549168928



turnitin Página 2 de 33 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::1:3491:58918828

15% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

4% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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.

turnitin Página 2 de 33 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::1:3491:58918828

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Informe General 5

1.1. Título del Proyecto de Innovación 5

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación 5

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación 6

II. Descripción de la innovación 7

2.1. Investigar para diseñar 7

2.1.1. Actores del Proyecto 7

2.1.2. Contexto general 10

2.1.3. Problema y oportunidad 11

2.1.4. Reto de diseño 12

2.2. Diseñar para crear valor 13

2.2.1. Propuesta de Valor 13

2.2.2. Solución 15

2.3. Diseñar el servicio 16

2.3.1. Blueprint del servicio 18

2.3.2. Artefacto(s) 19

2.3.3. Experimentos 21

2.4. Resumen del Proyecto de Innovación 25

III. Conclusiones y Recomendaciones 26

IV. Referencias Bibliográficas 27

V. Anexos 29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de Actores 8

Figura 2. Arquetipo 9

Figura 3. Lienzo de Propuesta de Valor 14

Figura 4: Prototipo de baja fidelidad 17

Figura 5. Blueprint 19

Figura 6. Encuesta Artesano 23

I. Informe General

I.1. Título del Proyecto de Innovación

"Punto Wari": Módulo comunitario de información y registro para talleres vivenciales con los artesanos de la asociación Ichimay Wari, apoyado por herramientas digitales para el fortalecimiento del Turismo vivencial en el Barrio del Artesano, Lurín.

I.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Punto Wari se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de turismo sostenible y la actividad económica de turismo vivencial comunitario, y busca resolver la falta de visibilización y conversión del interés de visitantes potenciales en visitas concretas a sus talleres vivenciales de cerámica. La población beneficiaria principal son los artesanos de la Asociación Ichimay Wari, así como los visitantes y turistas.

Se aplicaron metodologías de Design Thinking y Lean Startup, utilizando herramientas como arquetipos, mapa de actores, blueprint y canvas de propuesta de valor para definir la solución.

La propuesta consiste en un módulo móvil (físico) de información y registro a los talleres vivenciales complementado con una herramienta digital de organización, orientación y registro (QR/Linktree). El módulo se ubica en espacios estratégicos como ferias artesanales y culturales y puntos con alto flujo turístico para que el visitante pueda informarse e inscribirse, además de organizar a los artesanos a tener un control en el registro de las visitas de forma efectiva.

Para la experimentación se diseñaron prototipos digitales de baja y media fidelidad, probados mediante encuestas, comprendiendo mejor el servicio y su viabilidad para los artesanos.

Se concluye que Punto Wari fortalece el vínculo directo entre los artesanos y los visitantes, revaloriza la identidad cultural y promueve el turismo vivencial comunitario de forma visible, organizada y sostenible.

I.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

Según una nota de prensa del MINCETUR, “Entre enero y abril del 2025, Perú recibió a más de 1 millón de turistas internacionales. (MINCETUR 2025) “.

En la ciudad de Lima, gran parte del turismo se concentra en zonas como el Centro Histórico, Barranco o Miraflores, mientras que existen gran cantidad de lugares con alto valor cultural en zonas rurales y periurbanas que, en comparativa, tienen un flujo menor de visitas.

De acuerdo con un bloque de investigación de El Comercio, sustentado con información del INEI y PromPerú, “Lima recibe un alto flujo de turismo nacional e internacional concentrado principalmente en el Centro Histórico, Miraflores y áreas cercanas al Aeropuerto Jorge Chávez” (Villegas, 2023).

El proyecto de innovación se desarrolla en torno a la Asociación de Artesanos Ichimay Wari, ubicada en el Valle de Lurín, conformada por 10 artesanos, la mayoría provenientes de Ayacucho que fueron desplazados a Lima.

La UNESCO señala que las artesanías constituyen una expresión cultural fundamental que articula el patrimonio, el desarrollo y el sostenimiento de las comunidades (UNESCO, 2005).

En este contexto, Ichimay Wari surge como una organización comunitaria que busca preservar la identidad cultural ayacuchana y promover el turismo vivencial

a través de talleres vivenciales y artesanías tradicionales, que sirven como una herramienta para fortalecer la economía local a través de la producción y el consumo responsable de sus productos.

Representa un modelo valioso de turismo comunitario, cultural y sostenible con un enfoque en la ODS 12 de “Producción y Consumo Responsable”, con el objetivo 12.b que busca elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

II. Descripción de la innovación

II.1. Investigar para diseñar

II.1.1. Actores del Proyecto

Para este proyecto de investigación desarrollamos un mapa de actores para identificar a los participantes y la situación que atraviesa nuestro actor principal.

Los actores clave de la propuesta son los artesanos de la Asociación Ichimay Wari, como actores directos tenemos a sus familias, visitantes nacionales y extranjeros, y su comunidad. Por último, tenemos como actores indirectos a las instituciones gubernamentales como la Municipalidad de Lurín, agencias y plataformas de Turismo, redes sociales, entre otros.

El proyecto centra su atención en el artesano, miembro de la asociación Ichimay Wari, porque es el actor que sostiene de manera directa la organización, el trabajo artesanal y los talleres vivenciales de cerámica, además es uno de los principales agentes comprometidos a preservar las costumbres artesanales de Ayacucho y a la fomentación del turismo vivencial en Lurin. Es uno de los más afectados por la falta de difusión del turismo por medio de actores municipales y la dependencia de intermediarios para atraer visitantes a sus talleres.

Es por ello que alineamos la propuesta hacia ellos, buscando brindar apoyo y logística para que se refleje en un impacto positivo para el turismo vivencial en Lima Rural.

Figura 1. Mapa de Actores



Colocamos a las municipalidades y entidades públicas porque son quienes organizan, convocan y brindan espacios para participar en ferias artesanales o eventos culturales, creando

oportunidades a los artesanos en dar a conocer su asociación y los talleres que imparten, mostrar su trabajo y poder vender sus productos.

Las plataformas digitales sobre turismo y las agencias de turismo son quienes actúan como intermediarios, facilitando la llegada de visitantes a la asociación.

Los medios de comunicación y las redes sociales intervienen como canales para la difusión del trabajo artesanal.

Mencionamos a las instituciones educativas porque participan a través de visitas académicas.

Y, por último, los pobladores de Lurín, ya que son y forman parte del entorno social de la asociación, los artesanos reciben su apoyo cuando los pobladores recomiendan o visitan la asociación.

Si bien todos estos actores no interactúan con los artesanos de forma constante, ellos influyen indirectamente en la visibilidad y continuidad de la actividad artesanal de Ichimay Wari.

Figura 2. Arquetipo



Nuestro arquetipo se basa en la información que obtuvimos en las entrevistas que realizamos a los artesanos de la asociación Ichimay Wari, complementada con el conjunto de observaciones que capturamos al momento de visitar la asociación. Esta información nos ayudó a encontrar patrones comunes en los artesanos relacionados a sus experiencias, motivaciones y dificultades.

Este arquetipo reúne características compartidas por los miembros de la asociación que buscan transmitir su herencia cultural, obtener más reconocimiento como asociación para recibir más visitantes y realizar talleres vivenciales para ayudarlos a generar ingresos más sostenibles

De estas entrevistas, identificamos la siguiente problemática: los artesanos tienen la motivación y la capacidad de transmitir a más personas su conocimiento sobre la artesanía ayacuchana a través de los talleres vivenciales que ellos realizan, pero esta motivación muchas

veces se ve opacada por la baja visibilidad de la asociación como destino turístico, lo que genera que no tenga visitas constantes y dependen muchas veces de intermediarios externos.

II.1.2. **Contexto general**

La asociación Ichimay Wari está conformada por artesanos provenientes de Ayacucho, que por diversas circunstancias dejaron su hogar de origen y se establecieron en el distrito de Lurín, Lima.

Según información de la página web oficial de Ichimay Wari, en esta asociación, los artesanos se dedican a la realización y producción de piezas artesanales ayacuchanas y talleres vivenciales de cerámica, donde se comparte historia y tradición por medio de experiencias culturales y vivenciales a visitantes locales, así como a turistas nacionales y extranjeros.

“El turismo rural comunitario o también llamado turismo vivencial se ha convertido en una fuente principal de ingresos para diferentes comunidades que conservan tradiciones y costumbres de generación en generación” (E Tics-Villanueva, 2022, p.1).

Ichimay Wari cuenta con maestros artesanos capacitados para ofrecer una propuesta de turismo vivencial auténtica, pero la falta de reconocimiento genera pocas visitas a sus talleres y a su trabajo, por lo que, muchas veces dependen de intermediarios externos lo que limita su propia autonomía y reduce las oportunidades del artesano para tener un contacto directo y confiable con futuros visitantes.

Ante esta situación, surge PUNTO WARI, un módulo comunitario de información que busca orientar y dirigir el interés de visitantes potenciales hacía visitas presenciales a los talleres de la asociación, incrementando la visibilización de su trabajo y fortaleciendo el turismo vivencial y comunitario de Lurín.

II.1.3. **Problema y oportunidad**

Problema.

Durante la investigación, a través de las entrevistas presenciales y virtuales realizadas a los artesanos de la asociación Ichimay Wari e investigación de escritorio, identificamos que los artesanos están capacitados, cuentan con un gran conocimiento y experiencia para producir artesanías y gestionar los talleres vivenciales de forma comunitaria, pero enfrentan dificultades para concretar visitas a los talleres debido a la falta de un sistema de difusión apropiado e independiente para dar a conocer sus talleres y productos a personas interesadas de forma independiente. Evidenciamos también la falta de apoyo al turismo vivencial por parte de las autoridades locales y la dependencia de agentes externos como agencias o ministerios.

Con un enfoque al turismo comunitario, según estudios: “existen factores clave sobre estas iniciativas donde no solo depende de una buena experiencia que ofrecen, sino también, de la visibilidad, accesibilidad y claridad en la comunicación de su valor cultural (Ruiz-Ballesteros & Hernández, 2010).”

Oportunidad.

Con estos hallazgos clave, decantamos la información e identificamos la falta de un sistema efectivo de visibilidad que transforme el interés de los visitantes potenciales en visitas presenciales.

Frente a ello, existe una oportunidad de fortalecer y promover las experiencias que brindan los artesanos de la asociación Ichimay Wari.

La asociación debe de contar con estrategias que tengan presencia física y digital para ser más visibles y efectivos. Se puede diseñar un sistema híbrido (físico-digital) donde se combinen herramientas que ayuden a Ichimay Wari a tener un mayor alcance y presencia en el mercado, para así promover la artesanía peruana e incrementar el turismo local en zonas de Lima Rural como Lurín.

II.1.4. **Reto de diseño**

¿Cómo podríamos ayudar a los artesanos de la organización Ichimay Wari a convertir el interés de visitantes potenciales en visitas presenciales a sus talleres vivenciales en Lurín?

II.2. **Diseñar para crear valor**

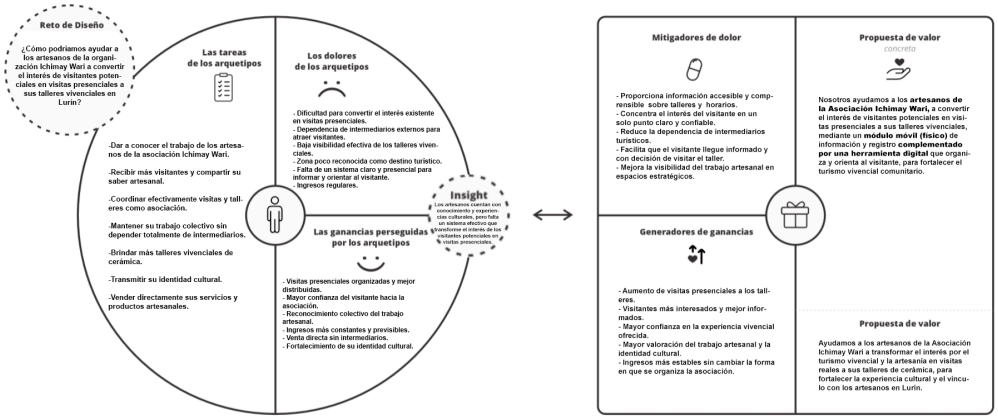
II.2.1. Propuesta de Valor

PUNTO WARI es una propuesta híbrida (física-digital) que tiene como finalidad convertir el interés de visitantes potenciales en visitas presenciales a los talleres artesano-vivenciales que brindan los artesanos de la asociación Ichimay Wari, por medio de un módulo móvil (físico) de información y registro que se complementa con una herramienta digital de organización, orientación y registro (link tree).

Se ubica en espacios estratégicos como ferias artesanales, eventos culturales y puntos con alto flujo turístico, para que el visitante pueda informarse e inscribirse en los talleres de forma directa y efectiva.

De esta forma reforzamos el vínculo del artesano con el visitante desde el primer contacto, además de organizar a los miembros de la asociación para que el registro a los talleres sea más efectivo.

Figura 3. Lienzo de Propuesta de Valor



Empezamos con la parte izquierda, donde pusimos nuestro reto de diseño que será nuestra guía para poder generar una propuesta que solucione esta problemática, continuamos identificando las tareas del artesano que son el dar a conocer su trabajo como asociación, recibiendo más visitantes mediante coordinaciones de visitas a sus talleres manteniendo esta organización sin depender de intermediarios y lograr transmitir su identidad cultural y vender directamente sus productos artesanales.

Seguimos con los dolores, teniendo la baja visibilidad de los talleres y la dificultad para convertir el interés en estos en visitas presenciales lo que genera muchas veces la dependencia de intermediarios para atraer visitantes afectando en la regularidad de sus ingresos.

También se muestran las ganancias que los artesanos buscan: visitas presenciales mejor organizadas y mayor confianza hacia la asociación, tener ingresos más constantes, ventas

directas de sus productos, fortalecer su identidad cultural y mayor reconocimiento del trabajo artesanal de la asociación Ichimay Wari.

A partir de ello, surge nuestro insight: a pesar de que los artesanos cuentan con el conocimiento y la experiencia necesaria, carecen de un sistema efectivo que transforme el interés de los visitantes potenciales en visitas presenciales a sus talleres

Finalmente, identificamos las oportunidades de diseño que nos ayudarán a plantear una propuesta de valor que reduzca los dolores y ayude a generar las ganancias esperadas de los artesanos.

II.2.2. **Solución**

La solución propuesta es PUNTO WARI, un módulo comunitario de información híbrido (físico/digital), creado para transformar el interés de visitantes potenciales en visitas presenciales a los talleres de forma estratégica, funcional e innovadora, impulsando el turismo comunitario de forma sostenible y reforzando la difusión del trabajo artesanal de la asociación. Este módulo ofrece ayuda visual para explicar el trabajo del artesano, mostrar que se realiza y donde se ubica el taller, tener un registro efectivo físico/digital para visitantes interesados; además de exhibir las piezas artesanales que se producen y venden en la asociación.

Toda esta propuesta se complementa con la ayuda de un código QR, que nos redirige a un enlace Linktree, que alberga vínculos donde el visitante puede conocer más de la asociación a través de su página web, registrarse digitalmente al taller, visualizar la ubicación de los talleres,

comprar sus productos artesanales y explorar sus redes sociales y contacto; logrando de esta forma que este interés no sea momentáneo sino efectivo.

II.3. **Diseñar el servicio**

El diseño del servicio de PUNTO WARI se centra en facilitar la comunicación entre artesanos y visitantes, usando el módulo como medio físico de apoyo para difundir el trabajo del artesano complementado con lo digital, transformando el interés en una experiencia vivencial y cultural.

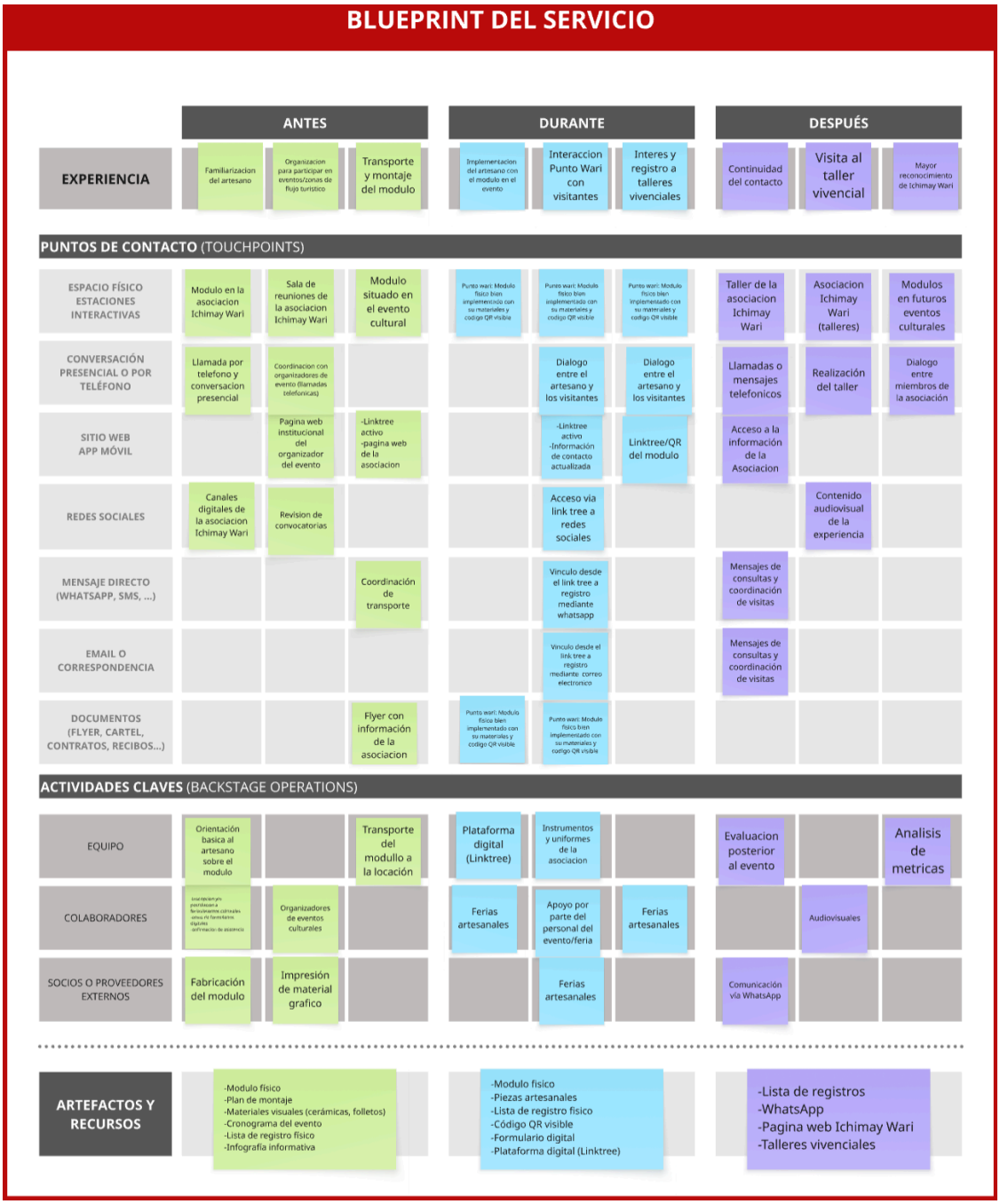
El módulo integra herramientas clave de interacción directa, para empatizar con el usuario (visitante potencial) presencialmente desde el primer contacto complementado mediante una puesta en escena llamativa, informativa y visualmente potente. La estructura del módulo está desarrollada con acabados artesanales inspirados en la cultura ayacuchana (retablo), y también cuenta con elementos visibles de información como infografías, artesanías y un QR interactivo que nos lleva a un Linktree que alberga: Información general de la asociación, registro a un taller vivencial, acceso al catálogo para compra de productos en la web, mapa de ubicación de los talleres, contacto y redes sociales incluyendo la página web de Ichimay Wari.

Figura 4: Prototipo de baja fidelidad



II.3.1. **Blueprint del servicio**

Figura 5. Blueprint



Elaboramos este blueprint del servicio para comprender cómo se desarrolla la experiencia del artesano y que ocurre antes, durante y después en ferias o eventos culturales. Este gráfico nos ayudará a identificar los puntos de contacto y las actividades que suceden detrás del servicio.

La estructura de la experiencia se divide en tres momentos principales: antes, durante y después. La primera etapa se basa en la familiarización del artesano con el módulo físico y coordinación sobre el transporte y montaje de este, así como la organización de la asociación para participar en ferias o eventos culturales. Durante el evento, la experiencia se centra en la interacción de los visitantes con el artesano, donde el módulo complementado con un código QR sirve de apoyo para mostrar y explicar el trabajo artesanal aumentando el interés de visitas potenciales a los talleres vivenciales. Por último, detallamos que gracias al apoyo del material visual y el QR se mantiene el contacto posterior de los visitantes para coordinar y concretar futuras visitas a los talleres, reforzando el reconocimiento de la asociación Ichimay Wari.

II.3.2. **Artefacto(s)**

Punto Wari cumple una función clave dentro de la asociación: el propósito de informar, registrar y concretar visitas presenciales a los talleres vivenciales de la asociación.

El módulo se estructura a partir de artefactos físico-digitales que operan de forma colaborativa.

En primer lugar, el artefacto físico: Núcleo del módulo comunitario, transportable, en donde los artesanos presentan su servicio y trabajo, resuelven dudas y brindan guía para el registro de sus talleres vivenciales. El módulo incluye material visual como infografías, tablas de

registro presencial, código QR visible y artesanías, así como también brinda interactividad entre el artesano y el visitante que conecta directa y emocionalmente desde el primer contacto para potenciar el interés y transformarlo en acción.

En segundo lugar, el digital (QR/Linktree): Complemento fundamental para el módulo físico. Es una herramienta que tiene como punto de partida un código qr (una imagen) que está presente en el módulo físico; se escanea por medio de un celular y es fácil de acceder con la cámara de cualquier celular. Este QR nos lleva a un Linktree que se desglosa en los siguientes vínculos: Breve información de la asociación Ichimay Wari y los talleres/ productos que brindan los artesanos, reservas/inscripciones directas a sus talleres vía un WhatsApp de la asociación o correo, tienda de productos artesanales en la página web, mapa de ubicación de los talleres, contacto y redes sociales incluyendo la página web.

II.3.3. **Experimentos**

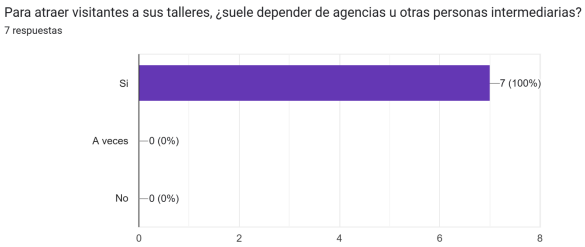
El método de experimentación se basó en una encuesta hacia los artesanos que busca conocer más detalles sobre cómo ellos consiguen visitantes a sus talleres, la frecuencia de sus ventas y conocer cómo se desenvuelven en las ferias artesanales o eventos culturales, si han usado antes materiales visuales como un módulo de información para poder explicar su trabajo.

También el cuestionario nos permitió identificar si los artesanos están familiarizados con el uso de una herramienta digital como el QR y que su uso no sea incómodo para ellos.

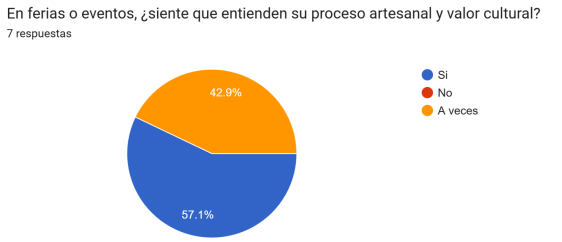
Para finalizar, incluimos preguntas relacionadas a Punto Wari, para conocer la opinión y percepción de los artesanos sobre el uso del módulo físico complementado con la herramienta digital (QR), como un apoyo para mostrar el trabajo artesanal de Ichimay Wari y atraer más visitantes a sus talleres, sin asumir su aceptación previa. Esta información nos resulta importante para poder ajustar la propuesta.

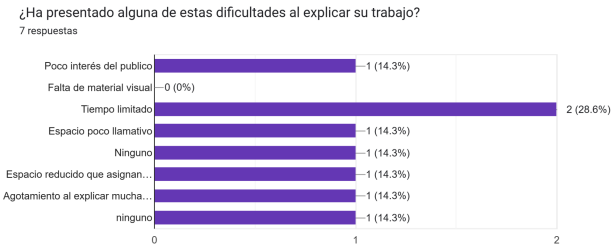
Encuesta Artesano:

Figura 6. Encuesta Artesano

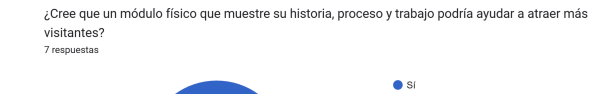


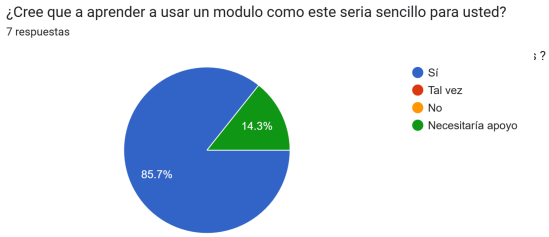


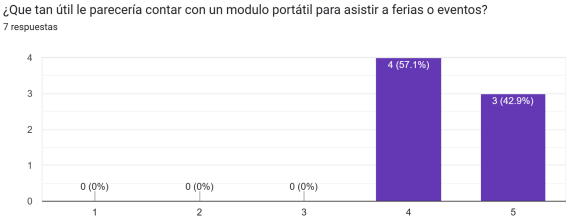


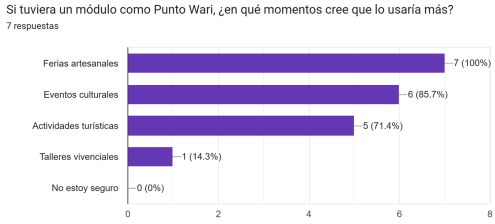


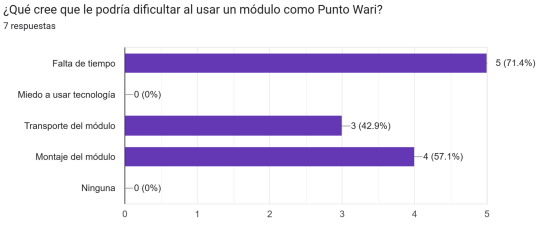






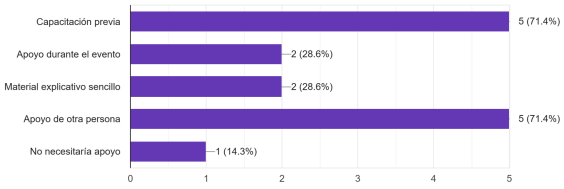






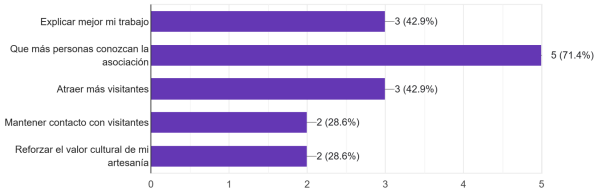
¿Qué tipo de apoyo necesitaría para usar un módulo como Punto Wari?

7 respuestas



¿Qué cree que sería lo más valioso de un módulo como Punto Wari?

7 respuestas



¿Cómo se siente frente al uso del código QR?

7 respuestas



Las respuestas obtenidas son que los artesanos dependen demasiado de los convenios que tienen con diferentes agencias, quienes son los que les llevan visitantes a sus talleres.

Sobre la frecuencia de la venta de sus artesanías, la mayoría coincide que tienen pedidos varias veces al mes gracias a que muchos los contactan por medio de su página web, pero esto solo sucede en meses específicos donde la demanda va bajando poco a poco.

En cuanto a las ferias, los artesanos no han usado un módulo de información. También comentan que el espacio que les asignan en las ferias artesanales, no es suficiente para poder mostrar todo su trabajo y a veces no logran captar la atención del público.

Por último, las respuestas obtenidas sobre su percepción de Punto Wari fueron positivas, algo que realmente esperábamos. Ellos coinciden que es útil contar con el apoyo de un módulo de información móvil para atraer más visitantes a sus talleres, no les resultó complicado entender el funcionamiento del módulo al igual que el uso del código QR, ya que tienen experiencia usando este tipo de herramienta digital.

II.4. **Resumen del Proyecto de Innovación**

Los artesanos son agentes fundamentales para difundir y preservar la herencia cultural en nuestro país. En zonas de Lima Rural y la Periferia, existe poca promoción de turismo vivencial que, por consecuencia, afecta a la visibilidad efectiva de los talleres de los artesanos de Ichimay Wari en el Barrio del Artesano, Lurín.

Punto Wari es un proyecto de innovación que tiene como propósito ayudar a los artesanos de la Asociación Ichimay Wari a potenciar el turismo vivencial a través de la visibilización de su trabajo y la conversión del interés de los visitantes potenciales en visitas concretas a sus talleres de cerámica, por medio de un módulo móvil (físico) de información y registro a los talleres vivenciales complementado con un código QR/link para la organización, orientación y registro. El módulo se ubica en espacios estratégicos como ferias artesanales y culturales y puntos con alto flujo turístico para que el visitante pueda informarse, e inscribirse de forma directa y efectiva, además de organizar a los miembros de la asociación para tener un control en el registro de los visitantes de forma efectiva y en su organización previa a ellos, permitiendo así reforzar su vínculo con el visitante desde primer contacto.

El proyecto tiene como eje la ODS 12 de Producción y consumo responsable, direccionada al desarrollo del turismo vivencial comunitario y sostenible.

Se concluye que Punto Wari fortalece el vínculo directo entre los artesanos y los visitantes, revaloriza la identidad cultural y promueve un turismo vivencial comunitario más visible, organizado y sostenible. Se recomienda continuar con el proyecto con un proceso de monitoreo de analíticas y resultados, reforzamiento de sus canales digitales y escalabilidad progresiva del módulo en más espacios estratégicos.

III. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Se concluye que el proyecto de innovación Punto Wari a través del módulo comunitario de información híbrido (físico/digital), creado para transformar el interés de visitantes potenciales en visitas presenciales a los talleres de forma estratégica, fortalece el vínculo directo entre los artesanos y los visitantes, es una propuesta que además de revalorizar la identidad cultural, promueve un turismo vivencial comunitario más visible, organizado y sostenible.

Recomendaciones

Aunque Punto Wari presenta una propuesta sólida para potenciar el turismo vivencial para la asociación Ichimay Wari, se recomienda continuar con el proyecto con un proceso de monitoreo de analíticas y resultados mediante el artefacto digital (Linktree), reforzar sus canales digitales como la web o las redes sociales con estrategias de contenido y marketing, así como también escalabilidad progresiva del módulo en más espacios estratégicos.

IV. Referencias Bibliográficas

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2 de junio de 2025). Perú recibió más de un millón de turistas internacionales en los primeros cuatro meses de 2025 [Nota de prensa]. Gobierno del Perú. Recuperado de https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1179704-mincetur-peru-recibio-mas-de-un-millon-de-turistas-internacionales-en-los-primeros-cuatro-meses-de-2025

Villegas, A. (2023). Lima recibe un alto flujo de turismo nacional e internacional concentrado principalmente en el Centro Histórico, Miraflores y áreas cercanas al Aeropuerto Jorge Chávez. El Comercio. Recuperado de https://especiales.elcomercio.pe/?q=especiales-multimedia/488-aniversario-de-lima-situacion-turismo-capital-2023/index.html

UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (Adoptada el 20 de octubre de 2005). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en https://www.unesco.org/es/legal-affairs/convention-protection-and-promotion-diversity-cultural-expressions

Ticse-Villanueva, E. (2022). *Tourism situation in Peru and the development of rural community tourism* (p. 1). En Proceedings of the 20th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: "Education, Research and Leadership in

Post-pandemic Engineering: Resilient, Inclusive and Sustainable Actions" (Boca Raton, Florida, USA, July 18-22). LACCEI.

Ruiz-Ballesteros, E., & Hernández-Ramírez, M. (2010). *Tourism that empowers? Commodification and appropriation in Ecuador's turismo comunitario*. **Critique of Athropology,30**(2), 201–229.

V. **Anexos**