ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

PachaRuta: Sistema digital inteligente para la planificación y Acompañamiento de rutas turísticas comunitarias en Pachacámac

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

PRESENTADO POR

Erika Samy Hashiguchi Saldaña
DNI: 41562931, Perú
ORCID:0000-0001-7215-0938

Yadhira Brisa Chavarria Bravo
DNI: 74649052, Perú
ORCID: 0000-0002-4284-7352

ASESOR

Francheska Baca Cayo
DNI: 71434207, Perú
ORCID: 0000-0002-4528-6191

JURADO

Moreno Vasquez, Valeria Maria
Gonzalez Otoya, Barrera Rafael
Farfán Ramos, María del Carmen

Lima, marzo 2026

Turnitin-2019000146-0000017380-HASHIGUCHI-CHAVARRIA....

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:567499090

Fecha de entrega
13 mar 2026, 11:35 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
13 mar 2026, 11:42 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-2019000146-0000017380-HASHIGUCHI-CHAVARRIA.docx

Tamaño del archivo
28.7 MB

95 páginas

14.191 palabras

84.532 caracteres

turnitin Página 1 de 104 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:567499090

12% 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
1%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a nuestras familias, quienes han sido un pilar fundamental durante todo nuestro proceso de formación académica. Su apoyo constante, comprensión y motivación han sido esenciales para impulsarnos a continuar creciendo y superando cada uno de los desafíos que se presentaron a lo largo de este camino.

Asimismo, dedicamos este trabajo a todas las personas que creen en el valor del diseño como herramienta para generar experiencias significativas y aportar al desarrollo de los territorios. Este proyecto representa el esfuerzo, la dedicación y el aprendizaje que hemos construido durante nuestra formación en la carrera de Arquitectura de Interiores.

Agradecimiento

Agradecemos al Instituto Toulouse Lautrec y a los docentes de la carrera de Arquitectura de Interiores por brindarnos los conocimientos, herramientas y orientación necesarios para el desarrollo de este proyecto. Su acompañamiento académico ha sido fundamental para fortalecer nuestra formación profesional y para guiarnos en el proceso de investigación y desarrollo de esta propuesta.

Asimismo, expresamos nuestro agradecimiento a todas las personas que participaron en las entrevistas, encuestas y procesos de validación del proyecto, ya que sus aportes y experiencias permitieron enriquecer el desarrollo de la propuesta PachaRuta. Finalmente, agradecemos a nuestras familias por su apoyo constante, confianza y motivación durante todo este proceso académico.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 9

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 9

II. Descripción de la innovación 12

2.1 Investigar para diseñar 12

2.1.1 Actores del Proyecto 12

2.1.2 Contexto general 22

2.1.3 Problema u oportunidad 26

2.1.4 Reto de diseño 28

2.2 Diseñar para crar valor 32

2.2.1 Propuesta de valor 34

2.1.2 Solución 38

2.3 Diseñar el servicio 49

2.3.1 Blueprint del servicio 52

2.3.2 Artefacto(s) 58

2.3.3 Experimentos 59

2.4 Resumen del proyecto de innovación 66

III. Conclusiones y recomendaciones 70

IV. Referencias Bibliográficas 74

V. Anexos 76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de Tabla 1

Tabla 1. Guion de entrevistas para investigación de usuarios 19

Tabla 2. Entrevista a visitante 1: Carlos Ramírez 19

Tabla 3. Entrevista a visitante 2: Valeria Torres 20

Tabla 4. Entrevista a visitante 3: Luciana Salazar Rojas 20

Tabla 5. Entrevista a visitante 4: José Luis Medina Torres 21

Tabla 6. Entrevista a visitante 5: Leoncio Vilca 21

Tabla 7. Entrevista a visitante 6: Gladys Acosta 22

Tabla 8. Participación de emprendedores en la plataforma PachaRuta 48

Tabla 9. Ingresos mensuales estimados por suscripción 48

Tabla 10. Costos de operación mensual de la plataforma PachaRuta 48

Tabla 11. Resultado económico del modelo de servicio 49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de actores del sistema turístico de Pachacámac 16
Figura 2. Arquetipo As is y to be 16
Figura 3. Customer journey map as is del arquetipo 17
Figura 4. Customer journey map to be del arquetipo 18
Figura 5. Identificación de puntos significativos en el recorrido del usuario 18
Figura 6. Observación del contexto turístico y registro fotográfico del territorio 25
Figura 7. Proceso de compilación y organización de hallazgos de investigación 31
Figura 8. Análisis del problema: problema – consecuencias – impacto 32
Figura 9. Lienzo de propuesta de valor del servicio PachaRuta 37
Figura 10. Proceso de divergencia y convergencia de ideas 43
Figura 11. Matriz dolor-ganancia para priorización de soluciones 44
Figura 12. Concepto del servicio PachaRuta 45
Figura 13. Prototipo del servicio mínimo viable (MVP) 45
Figura 14. Prototipo de alta resolución de la aplicación y artefactos 46
Figura 15. Blueprint del servicio PachaRuta 54
Figura 16. Mapa completo de experiencia del servicio PachaRuta 55
Figura 17. Resultados generales de la primera encuesta aplicada a los usuarios del prototipo. 60
Figura 18. Resultados de la percepción sobre la utilidad de seleccionar el tiempo antes de generar la ruta. 61
Figura 19. Preferencia de los usuarios sobre rutas automáticas adaptadas al tiempo disponible. 62
Figura 20. Nivel de confianza de los usuarios en la ruta generada automáticamente. 62
Figura 21. Percepción de orientación mediante guía paso a paso y control del tiempo durante el recorrido. 63
Figura 22. Resultados generales de la segunda encuesta aplicada tras las mejoras del prototipo. 64
Figura 23. Preferencia de los usuarios por rutas automáticas adaptadas al tiempo disponible. 64
Figura 24. Nivel de confianza de los usuarios ante la reorganización automática de la ruta. 64
Figura 25. Valoración de nuevas funcionalidades:bitácora digital,collage y actividades mensuales. 66

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

PachaRuta: Sistema digital inteligente para la planificación y Acompañamiento de rutas turísticas comunitarias en Pachacámac.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El presente proyecto de innovación surge a partir del análisis de la experiencia de los visitantes nacionales interesados en turismo alternativo en el distrito de Pachacámac, ubicado en la zona sur de Lima Metropolitana. A pesar de que el distrito posee una amplia diversidad de recursos turísticos que incluyen patrimonio arqueológico, gastronomía local, espacios naturales, emprendimientos rurales y actividades culturales, muchos visitantes suelen concentrar su recorrido en pocos lugares debido a la falta de información clara y a la ausencia de herramientas que faciliten la planificación del recorrido dentro del territorio.

Esta situación genera experiencias turísticas desconectadas, pérdida de tiempo durante la visita y una limitada exploración de los diferentes atractivos del distrito. Asimismo, la desinformación sobre las actividades disponibles y la falta de integración entre los distintos puntos de interés del destino dificultan que los visitantes puedan organizar su recorrido de manera eficiente, lo que reduce el aprovechamiento del potencial turístico del territorio y limita la visibilidad de los actores locales que forman parte del ecosistema turístico de Pachacámac. Estudios recientes señalan que el acceso a información turística clara y actualizada influye directamente en la calidad de la experiencia del visitante, ya que facilita la planificación del viaje, mejora la toma de decisiones durante el recorrido y contribuye a optimizar el uso del tiempo disponible en el destino (López, 2024).

Frente a esta problemática, el proyecto propone el desarrollo de PachaRuta, un sistema digital de planificación y acompañamiento de

rutas turísticas diseñado para ayudar a los visitantes a organizar su experiencia dentro del distrito de Pachacámac. La propuesta consiste en una aplicación móvil que integra información turística del territorio y permite generar rutas personalizadas en función del tiempo disponible del visitante, sus intereses y el tipo de experiencia que desea realizar. El uso de herramientas digitales en el turismo ha demostrado tener un impacto significativo en la forma en que los visitantes planifican y experimentan los destinos, facilitando el acceso a información en tiempo real y mejorando la organización de las actividades durante el viaje (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

El sistema permite al usuario seleccionar diferentes tipos de experiencias, como rutas culturales, gastronómicas o de exploración del entorno natural, y a partir de esta información genera un itinerario organizado que conecta diversos atractivos del distrito. Durante el recorrido, la aplicación ofrece acompañamiento en tiempo real mediante geolocalización, orientación paso a paso y recomendaciones de lugares cercanos que pueden enriquecer la experiencia del visitante. Este tipo de soluciones se relaciona con el uso de tecnologías digitales aplicadas al turismo, las cuales permiten centralizar información, personalizar servicios y mejorar la experiencia del usuario dentro del destino (Hernández, 2021; Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

Además, la plataforma incluye un sistema de reorganización automática del recorrido que permite adaptar la ruta ante posibles cambios o imprevistos durante la visita, ayudando al usuario a optimizar el uso de su tiempo. Asimismo, incorpora funcionalidades como una bitácora digital del viaje y la posibilidad de descubrir actividades locales o eventos temporales dentro del distrito, lo cual favorece una experiencia más completa e interactiva. Estas características permiten no solo mejorar la organización del recorrido, sino también incentivar la exploración de diferentes espacios del territorio, contribuyendo a distribuir mejor el flujo

de visitantes dentro del destino. Esta lógica de articulación y mejor aprovechamiento del territorio se vincula con estudios que destacan la importancia de integrar actores, recursos y experiencias para fortalecer el desarrollo turístico local (Gascón, 2022; Ramos Guevara, 2024).

De esta manera, PachaRuta busca mejorar la organización del recorrido turístico, reducir la desinformación que enfrentan muchos visitantes al planificar su visita y promover una exploración más amplia del territorio. Al facilitar el acceso a información clara e integrada sobre los diferentes atractivos y actividades disponibles, la propuesta contribuye también a fortalecer la visibilidad de los emprendimientos locales y a impulsar un turismo más sostenible y articulado dentro del distrito de Pachacámac (Canales-Gutiérrez & Pacheco-Vizcarra, 2024).

Asimismo, el proyecto busca generar una relación de colaboración con los distintos actores locales del territorio, como restaurantes, hoteles, emprendimientos gastronómicos, espacios culturales, atractivos turísticos, guías comunitarios y otros servicios vinculados al turismo, con el fin de construir una red de valor compartido. A través de esta conexión, la aplicación no solo orienta a los visitantes hacia diferentes experiencias del distrito, sino que también contribuye a que los actores locales puedan ampliar su visibilidad y alcance, generando beneficios tanto para los visitantes como para los emprendimientos del territorio (Ramos Guevara, 2024).

Como parte de esta colaboración, los establecimientos aliados dentro de la plataforma pueden ofrecer promociones, beneficios o descuentos especiales disponibles a través de la aplicación, los cuales pueden adaptarse a distintos tipos de ocasiones o preferencias de los visitantes, como experiencias gastronómicas, actividades familiares, celebraciones o recorridos temáticos. De esta manera, se genera un incentivo adicional para que los visitantes exploren diferentes espacios del distrito mientras

se fortalece la conexión entre la plataforma digital y los actores locales que forman parte de la oferta turística de Pachacámac.

En este sentido, la propuesta promueve una interacción más integrada entre los visitantes, la plataforma digital y los actores locales, fortaleciendo el ecosistema turístico del distrito y fomentando una mayor articulación entre los distintos elementos que conforman la oferta turística del territorio (Gascón, 2022; Chuquivilca Arias, 2022).

Asimismo, el proyecto plantea un modelo de sostenibilidad que permite asegurar la viabilidad del servicio en el largo plazo. La aplicación PachaRuta se propone como una herramienta gratuita para los visitantes, con el objetivo de facilitar su descarga y promover un mayor uso durante la visita al distrito. Para cubrir los costos asociados al mantenimiento de la plataforma y a las acciones de promoción del servicio, se plantea un modelo de participación de los emprendedores locales como restaurantes, museos y artesanos quienes pueden integrarse a la aplicación mediante una suscripción mensual que les permite aparecer dentro de las rutas sugeridas y recomendaciones del sistema. De esta manera, se genera un modelo de valor compartido en el que los visitantes acceden gratuitamente a la aplicación mientras que los actores locales fortalecen su visibilidad y oportunidades de atraer nuevos clientes.

Finalmente, el proyecto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Producción y consumo responsables, particularmente con la meta 12.b, al promover una propuesta que busca fortalecer un turismo más sostenible, generar oportunidades para los actores locales y dar mayor visibilidad a la cultura y a los productos del territorio (ICCROM, s. f.).

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

2.1.1. Actores del Proyecto

El desarrollo del presente proyecto de innovación se basa en la identificación y análisis de los diferentes actores que intervienen en la experiencia turística del distrito de Pachacámac. Comprender cómo interactúan estos actores dentro del territorio resulta fundamental para identificar necesidades, oportunidades de mejora y posibles formas de articulación dentro del ecosistema turístico local. En los procesos de innovación centrados en el usuario, el análisis de actores permite comprender las relaciones entre los distintos participantes de un sistema y facilita el diseño de soluciones que respondan tanto a las necesidades de los visitantes como a las dinámicas del destino turístico. Asimismo, en el ámbito del turismo comunitario se destaca la importancia de integrar a los distintos actores del territorio para fortalecer el desarrollo turístico y mejorar la gestión de las experiencias ofrecidas a los visitantes (Gascón, 2022).

En el caso del proyecto PachaRuta, se identificaron tres tipos de actores principales: actor principal, actores directos y actores indirectos, los cuales participan de distintas maneras en la experiencia turística del destino y en el funcionamiento del ecosistema turístico del distrito de Pachacámac.

En primer lugar, el actor principal está representado por el arquetipo del visitante Renato Castañeda, quien engloba a un perfil de visitante nacional de entre 30 y 40 años, residente principalmente en Lima Metropolitana y con un estilo de vida urbano. Este perfil corresponde generalmente a profesionales o adultos jóvenes que trabajan durante la semana y buscan aprovechar sus fines de semana o días libres para realizar

actividades recreativas cerca de la ciudad. Su principal motivación es desconectarse de la rutina diaria y compartir tiempo de calidad con su familia o amigos a través de experiencias de ocio que combinen descanso, gastronomía, cultura y contacto con el entorno natural.

Renato representa a un visitante que busca experiencias significativas y organizadas que le permitan aprovechar su tiempo de manera eficiente. Al planificar una salida hacia Pachacámac, espera encontrar actividades que integren distintos elementos del territorio, como la gastronomía local, los atractivos culturales y los paisajes del distrito. Sin embargo, suele enfrentar diversas dificultades al momento de organizar su visita, entre ellas la falta de información clara sobre las actividades disponibles, la dificultad para planificar el recorrido dentro del territorio y la incertidumbre sobre qué lugares visitar o cuánto tiempo dedicar a cada actividad. Estas situaciones pueden generar estrés durante la planificación de la salida y provocar que la experiencia turística se vuelva desordenada o desconectada.

Diversos estudios sobre el uso de tecnologías en la sociedad actual indican que los usuarios valoran cada vez más la disponibilidad de herramientas digitales que faciliten el acceso a información y la organización de sus actividades. En el contexto del turismo, el uso de aplicaciones móviles y tecnologías digitales permite a los visitantes acceder a información relevante del destino, planificar sus recorridos y tomar decisiones durante la experiencia de viaje. Estas herramientas contribuyen a mejorar la planificación del viaje y a optimizar el uso del tiempo disponible por parte de los turistas (Hernández, 2021; Salamanca Garay & Sagredo Lillo, 2022).

En segundo lugar, se encuentran los actores directos, conformados por los emprendedores y comerciantes que forman parte de la oferta turística del distrito de Pachacámac. Dentro de este grupo se incluyen restaurantes, emprendimientos gastronómicos, hoteles, productores locales, atractivos turísticos, espacios culturales, actividades recreativas, guías turísticos y otros servicios vinculados a la experiencia del visitante. Estos actores cumplen un rol fundamental dentro del ecosistema turístico del territorio, ya que son quienes ofrecen los productos, servicios y experiencias que los visitantes consumen durante su recorrido. Además, representan aliados estratégicos dentro del proyecto, ya que la propuesta busca generar una conexión entre estos actores y los visitantes mediante la difusión de sus servicios, la integración dentro de rutas turísticas organizadas y la posibilidad de ofrecer beneficios o promociones a través de herramientas digitales. La articulación entre actores locales y visitantes es considerada un elemento clave para fortalecer el desarrollo turístico del territorio y promover experiencias más integradas dentro del destino (Chuquivilca Arias, 2022; Ramos Guevara, 2024).

Finalmente, se identifican los actores indirectos, los cuales incluyen a comunidades locales, asociaciones de emprendedores, autoridades municipales y otras organizaciones que influyen de manera indirecta en el desarrollo del turismo dentro del distrito. Estos actores forman parte del contexto social, cultural y económico que sostiene la actividad turística del territorio y contribuyen a la preservación del patrimonio cultural, la promoción de actividades locales y el desarrollo de iniciativas orientadas al turismo sostenible. En el caso del turismo comunitario, se reconoce que la participación de comunidades y organizaciones locales resulta fundamental para garantizar un desarrollo turístico equilibrado y sostenible dentro de los destinos (Gascón, 2022).

La identificación y análisis de estos actores permitió comprender las relaciones existentes dentro del ecosistema turístico de Pachacámac y evidenciar la necesidad de contar con herramientas que faciliten la articulación entre visitantes y actores locales. En este sentido, el proyecto busca desarrollar soluciones que permitan integrar la información del destino, facilitar la organización del recorrido turístico y fortalecer la interacción entre los distintos actores que participan en la experiencia turística del territorio.

Figura 1. Mapa de actores del sistema turístico de Pachacámac

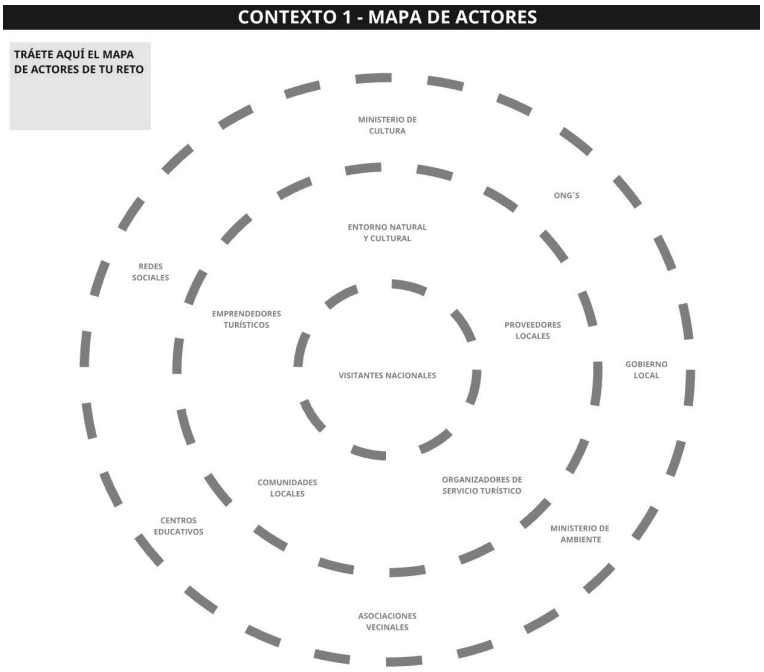


Figura 2. Arquetipo As is y to be



Figura 3. Customer journey map as is del arquetipo

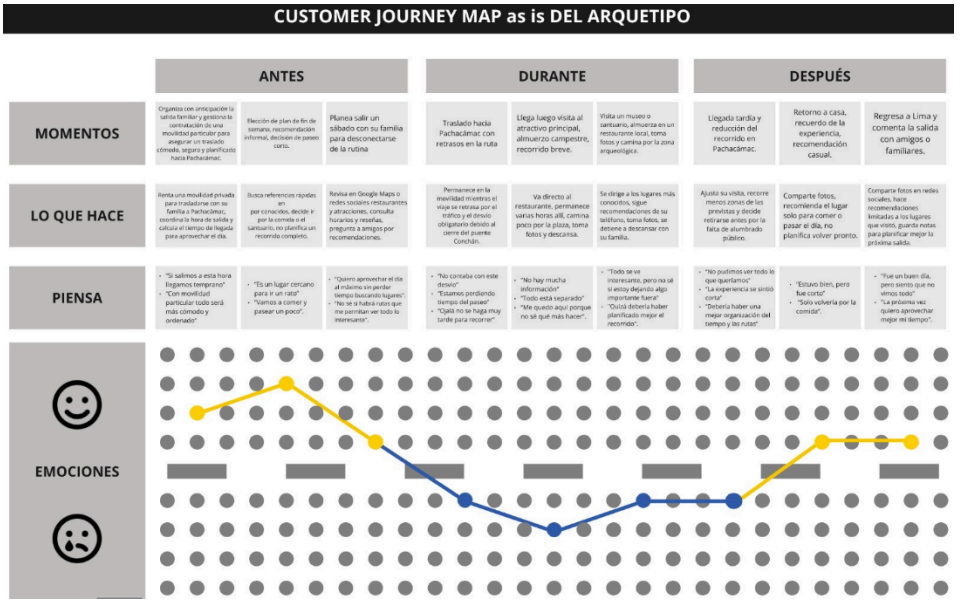


Figura 4. Customer journey map to be del arquetipo

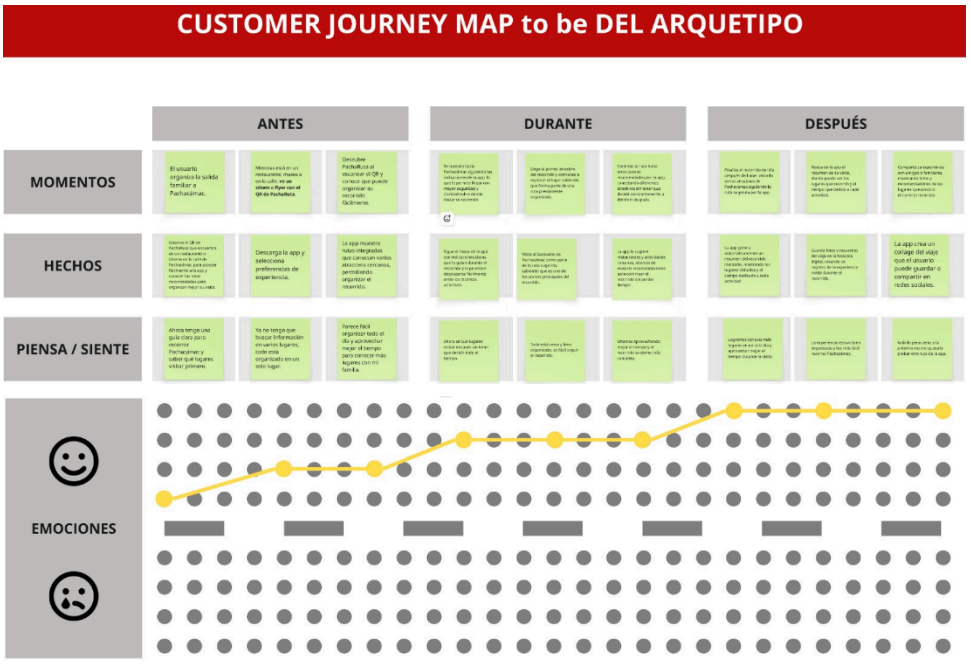




Figura 5. Identificación de puntos significativos en el recorrido del usuario



Tabla 1. Guion de entrevistas para investigación de usuarios

GUIÓN DE ENTREVISTAS

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Cómo percibe y qué tan dispuesto está el turista local a participar en experiencias de turismo comunitario sostenible en zonas rurales y periurbanas de Lima?

introducir el nombre de la zona

RESULTADOS ESPERADOS:

- Conocer qué lo impulsa a viajar fuera de Lima y qué busca en sus escapadas (naturaleza, cultura, descanso, experiencias, etc).
- Identificar si conoce el turismo sostenible, si lo ha vivido y qué tan interesado está en participar.
- Medir si el turismo sostenible le llama la atención o si no sabe que existe.
- Detectar dificultades como falta de información, poca difusión, informalidad o desconfianza.
- Analizar si estaría dispuesto a pagar más por experiencias sostenibles que apoyen a familias locales.
- Identificar dónde busca experiencias (redes, web, agencias) y cómo prefiere reservar.
- Comprender qué tan responsable se siente respecto al impacto social y ambiental de sus viajes.
- Conocer qué actividades le atraen más (gastronomía, agricultura, cultura viva, naturaleza, caballos de paso, etc.).

INTRODUCCIÓN: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización. Hola, gracias por tu tiempo. Esta entrevista forma parte de un trabajo de investigación académica sobre turismo comunitario sostenible en zonas rurales y periurbanas de Lima. El objetivo es conocer tu experiencia, motivaciones y expectativas como visitante, para identificar oportunidades de mejora en el diseño de servicios turísticos que beneficien a las comunidades locales y promuevan un consumo responsable. La entrevista durará aproximadamente [10–15] minutos y no hay respuestas correctas o incorrectas. ¿Estás de acuerdo en que esta entrevista sea grabada solo para fines académicos?	**Sección 1:** Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales. 1.- ¿Podrías contarme brevemente de dónde vienes y con qué frecuencia realizas viajes cortos o escapadas cerca de Lima? 2.- ¿Qué te motiva normalmente a visitar lugares fuera de la ciudad? 3.- ¿Has visitado antes zonas rurales o periurbanas como Pachacámac? 4.- ¿Viajas solo/a, en familia o con amigos cuando haces este tipo de turismo? 5.- ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más cuando viajas? (naturaleza, comida, cultura, descanso, aprendiza(e)	**Sección 2:** Son preguntas más profundas y específicas. 1.- Cuando visitas un lugar, ¿qué tan importante es para ti que la experiencia beneficie a la comunidad local? 2.- ¿Sueles informarte sobre el impacto ambiental o social de las actividades turísticas que realizas? 3.- ¿Qué dificultades has encontrado al buscar experiencias auténticas y locales cerca de Lima? 4.- ¿Alguna vez sentiste que una experiencia turística era poco auténtica o muy comercial? 5.- ¿Te interesaría pagar un poco más por una experiencia si sabes que apoya directamente a familias locales? 6.- ¿Qué opinas sobre actividades como visitas a huertos, cocinas tradicionales o experiencias culturales comunitarias? 7.-¿Qué aspectos valoras más al momento de decidir una experiencia turística? (precio, comodidad, impacto, autenticidad, cercanía)	**Sección 3:** Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones. 1.- ¿Cómo te gustaría que fuera el turismo en los alrededores de Lima en el futuro? 2.-¿Qué tipo de servicios o experiencias te gustaría encontrar y que hoy no existen? 3.- ¿Crees que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales? ¿Por qué? 4.- ¿Qué te haría elegir una experiencia de turismo comunitario en lugar de una turística tradicional? 5.- ¿Qué papel crees que tiene el visitante en hacer el turismo más sostenible?	**Cierre:** Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos. 1.- ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu experiencia o expectativas como turista? 2.-¿Te gustaría recibir información sobre proyectos de turismo sostenible o comunitario en el futuro?

Tabla 2. Entrevista a visitante 1: Carlos Ramírez



DESCARGA ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

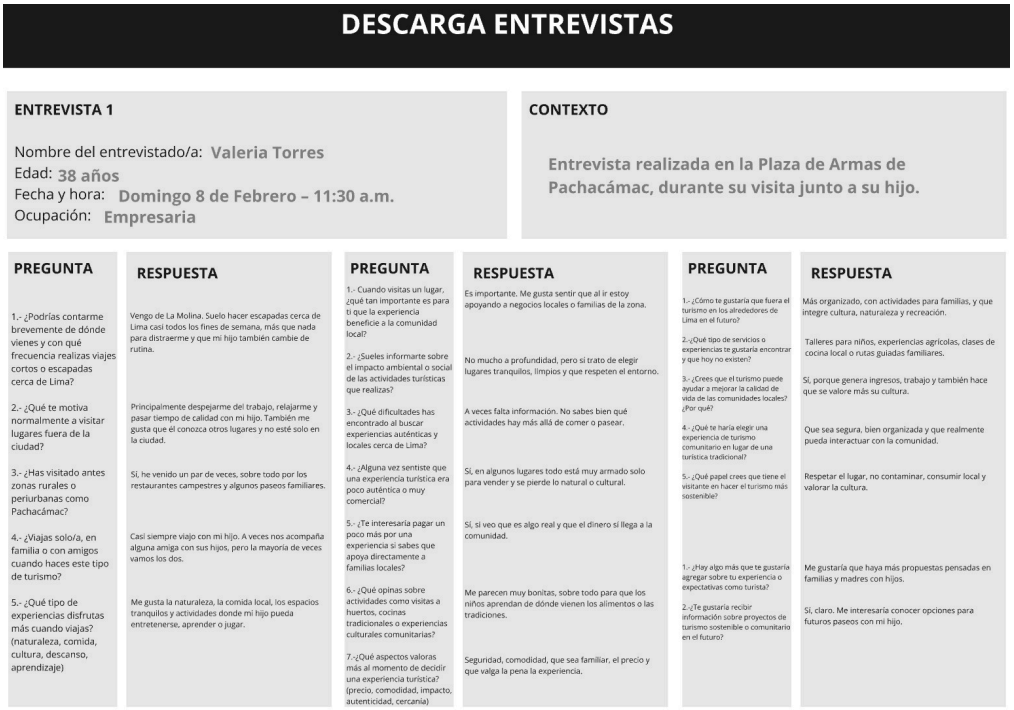
Nombre del entrevistado/a: Carlos Ramírez
Edad: 41 años
Fecha y hora: Martes 3 de Febrero – 2:30 a.m.
Ocupación: Contador independiente

CONTEXTO

Entrevista realizada en el restaurante Kusina del distrito de Pachacámac, durante la visita del turista al distrito.

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Podrías contarme brevemente de dónde vienes y con qué frecuencia realizas viajes cortos o escapadas cerca de Lima?	Vivo en San Borja. Trato de hacer escapadas cortas 1 vez al mes, más que nada fines de semana para desconectarme del trabajo.	1.- Cuando visitas un lugar, ¿qué tan importante es para ti que la experiencia beneficie a la comunidad local?	Es importante, pero siendo sincero, no siempre tengo información clara de si realmente beneficia o no.	1.- ¿Cómo te gustaría que fuera el turismo en los alrededores de Lima en el futuro?	Más organizado, seguro, con actividades para familias y mejor señalización.
2.- ¿Qué te motiva normalmente a visitar lugares fuera de la ciudad?	Salir del estrés, cambiar de aire, pasar tiempo con mi familia y descansar de la rutina.	2.- ¿Sueles informarte sobre el impacto ambiental o social de las actividades turísticas que realizas?	No mucho. A veces veo algo en redes o noticias, pero no es lo primero que reviso al planear un paseo.	2.-¿Qué tipo de servicios o experiencias te gustaría encontrar y que hoy no existen?	Paquetes familiares completos: comida, guía, actividades para niños y contacto con la cultura local en un solo lugar.
3.- ¿Has visitado antes zonas rurales o periurbanas como Pachacámac?	Sí, he ido un par de veces, pero más que nada de pasada o a comer, no a vivir una experiencia completa.	3.- ¿Qué dificultades has encontrado al buscar experiencias auténticas y locales cerca de Lima?	Falta de información clara, poca difusión y no saber si es seguro o formal.	3.- ¿Crees que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales? ¿Por qué?	Sí, porque genera ingresos, empleo y mueve la economía local.
4.- ¿Viajas solo/a, en familia o con amigos cuando haces este tipo de turismo?	Casi siempre en familia, con mi esposa y mis dos hijos.	4.- ¿Alguna vez sentiste que una experiencia turística era poco auténtica o muy comercial?	Sí, varias veces. Restaurantes o paseos que se venden como "tradicionales" pero son más turísticos.	4.- ¿Qué te haría elegir una experiencia de turismo comunitario en lugar de una turística tradicional?	Que esté bien organizado, que sea cómodo para ir con mi familia y que tenga buenas referencias.
5.- ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más cuando viajas? (naturaleza, comida, cultura, descanso, aprendizaje)	Naturaleza, buena comida, actividades tranquilas y algo cultural para que mis hijos aprendan.	5.- ¿Te interesaría pagar un poco más por una experiencia si sabes que apoya directamente a familias locales?	Sí, si veo que es organizada, segura y que realmente vale la pena para mi familia.	5.- ¿Qué papel crees que tiene el visitante en hacer el turismo más sostenible?	Respetar el lugar, no contaminar, consumir local y valorar la cultura.
		6.- ¿Qué opinas sobre actividades como visitas a huertos, cocinas tradicionales o experiencias culturales comunitarias?	Me parecen interesantes, sobre todo para mis hijos, sería algo educativo y diferente.	1.- ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu experiencia o expectativas como turista?	Me gustaría que haya más difusión de estos lugares y que todo esté mejor articulado para aprovechar el viaje.
		7.-¿Qué aspectos valoras más al momento de decidir una experiencia turística? (precio, comodidad, impacto, autenticidad, cercanía)	Comodidad, seguridad, acceso en auto, buena comida y que sea familiar.	2.-¿Te gustaría recibir información sobre proyectos de turismo sostenible o comunitario en el futuro?	Sí, sobre todo si es cerca de Lima y apto para familias.

Tabla 3. Entrevista a visitante 2: Valeria Torres



DESCARGA ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

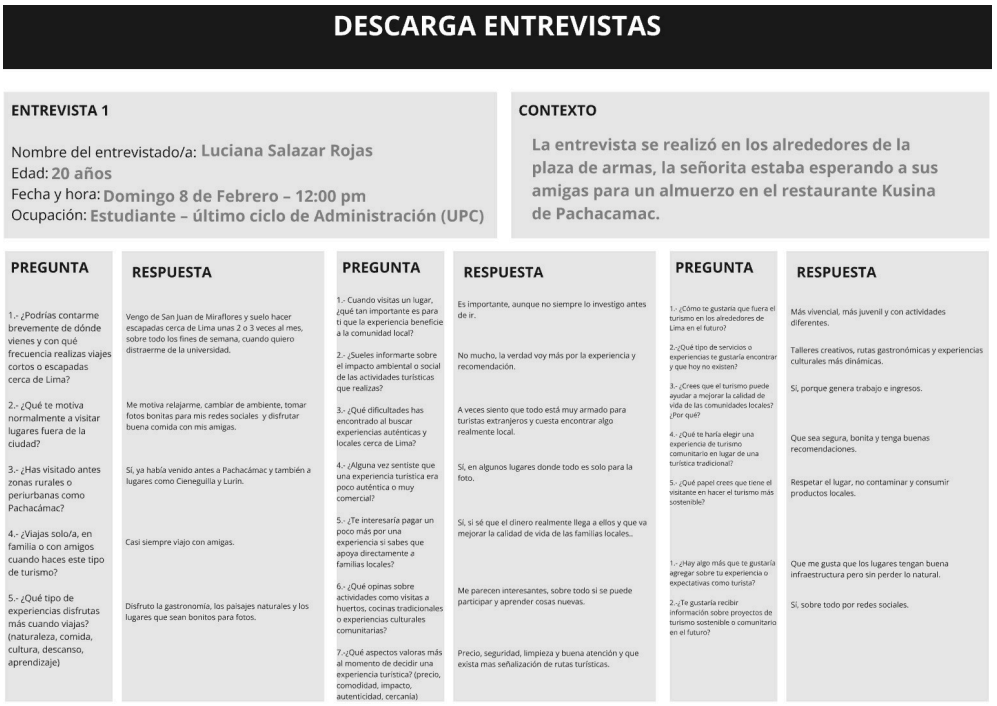
Nombre del entrevistado/a: Valeria Torres
Edad: 38 años
Fecha y hora: Domingo 8 de Febrero – 11:30 a.m.
Ocupación: Empresaria

CONTEXTO

Entrevista realizada en la Plaza de Armas de Pachacámac, durante su visita junto a su hijo.

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Podrías contarme brevemente de dónde vienes y con qué frecuencia realizas viajes cortos o escapadas cerca de Lima?	Vengo de La Molina. Suelo hacer escapadas cerca de Lima casi todos los fines de semana, más que nada para distraerme y que mi hijo también cambie de rutina.	1.- Cuando visitas un lugar, ¿qué tan importante es para ti que la experiencia beneficie a la comunidad local?	Es importante. Me gusta sentir que al ir estoy apoyando a negocios locales o familias de la zona.	1.- ¿Cómo te gustaría que fuera el turismo en los alrededores de Lima en el futuro?	Más organizado, con actividades para familias, y que integre cultura, naturaleza y recreación.
2.- ¿Qué te motiva normalmente a visitar lugares fuera de la ciudad?	Principalmente despejarme del trabajo, relajarme y pasar tiempo de calidad con mi hijo, También me gusta que él conozca otros lugares y no esté solo en la ciudad.	2.- ¿Sueles informarte sobre el impacto ambiental o social de las actividades turísticas que realizas?	No mucho a profundidad, pero si trato de elegir lugares tranquilos, limpios y que respeten el entorno.	2.-¿Qué tipo de servicios o experiencias te gustaría encontrar y que hoy no existen?	Talleres para niños, experiencias agrícolas, clases de cocina local o rutas guiadas familiares.
3.- ¿Has visitado antes zonas rurales o periurbanas como Pachacámac?	Sí, he venido un par de veces, sobre todo por los restaurantes campestres y algunos paseos familiares.	3.- ¿Qué dificultades has encontrado al buscar experiencias auténticas y locales cerca de Lima?	A veces falta información. No sabes bien qué actividades hay más allá de comer o pasear.	3.- ¿Crees que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales? ¿Por qué?	Sí, porque genera ingresos, trabajo y también hace que se valore más su cultura.
4.- ¿Viajas solo/a, en familia o con amigos cuando haces este tipo de turismo?	Casi siempre viajo con mi hijo. A veces nos acompaña alguna amiga con sus hijos, pero la mayoría de veces vamos los dos.	4.- ¿Alguna vez sentiste que una experiencia turística era poco auténtica o muy comercial?	Sí, en algunos lugares todo está muy armado solo para vender y se pierde lo natural o cultural.	4.- ¿Qué te haría elegir una experiencia de turismo comunitario en lugar de una turística tradicional?	Que sea segura, bien organizada y que realmente pueda interactuar con la comunidad.
5.- ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más cuando viajas? (naturaleza, comida, cultura, descanso, aprendizaje)	Me gusta la naturaleza, la comida local, los espacios tranquilos y actividades donde mi hijo pueda entretenerse, aprender o jugar.	5.- ¿Te interesaría pagar un poco más por una experiencia si sabes que apoya directamente a familias locales?	Sí, si veo que es algo real y que el dinero sí llega a la comunidad.	5.- ¿Qué papel crees que tiene el visitante en hacer el turismo más sostenible?	Respetar el lugar, no contaminar, consumir local y valorar la cultura.
		6.- ¿Qué opinas sobre actividades como visitas a huertos, cocinas tradicionales o experiencias culturales comunitarias?	Me parecen muy bonitas, sobre todo para que los niños aprendan de dónde vienen los alimentos o las tradiciones.	1.- ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu experiencia o expectativas como turista?	Me gustaría que haya más propuestas pensadas en familias y madres con hijos.
		7.-¿Qué aspectos valoras más al momento de decidir una experiencia turística? (precio, comodidad, impacto, autenticidad, cercanía)	Seguridad, comodidad, que sea familiar, el precio y que valga la pena la experiencia.	2.-¿Te gustaría recibir información sobre proyectos de turismo sostenible o comunitario en el futuro?	Sí, claro. Me interesaría conocer opciones para futuros paseos con mi hijo.

Tabla 4. Entrevista a visitante 3: Luciana Salazar Rojas



DESCARGA ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

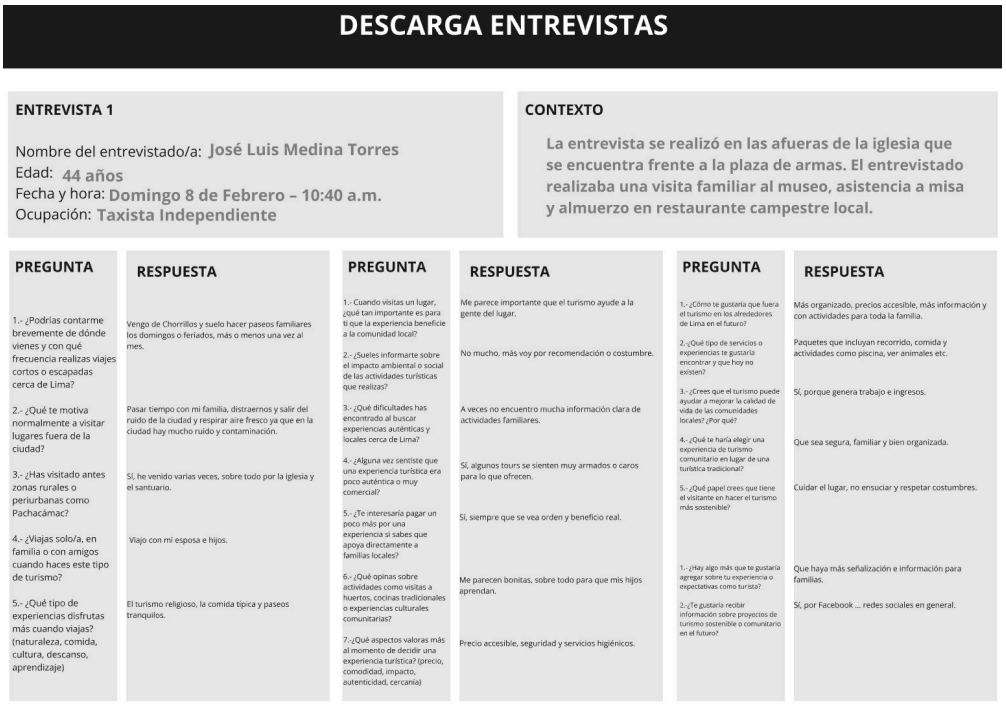
Nombre del entrevistado/a: Luciana Salazar Rojas
Edad: 20 años
Fecha y hora: Domingo 8 de Febrero – 12:00 pm
Ocupación: Estudiante – último ciclo de Administración (UPC)

CONTEXTO

La entrevista se realizó en los alrededores de la plaza de armas, la señorita estaba esperando a sus amigas para un almuerzo en el restaurante Kusina de Pachacamac.

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Podrías contarme brevemente de dónde vienes y con qué frecuencia realizas viajes cortos o escapadas cerca de Lima?	Vengo de San Juan de Miraflores y suelo hacer escapadas cerca de Lima unas 2 o 3 veces al mes, sobre todo los fines de semana, cuando quiero distraerme de la universidad.	1.- Cuando visitas un lugar, ¿qué tan importante es para ti que la experiencia beneficie a la comunidad local?	Es importante, aunque no siempre lo investigo antes de ir.	1.- ¿Cómo te gustaría que fuera el turismo en los alrededores de Lima en el futuro?	Más vivencial, más juvenil y con actividades diferentes.
2.- ¿Qué te motiva normalmente a visitar lugares fuera de la ciudad?	Me motiva relajarme, cambiar de ambiente, tomar fotos bonitas para mis redes sociales y disfrutar buena comida con mis amigas.	2.- ¿Sueles informarte sobre el impacto ambiental o social de las actividades turísticas que realizas?	No mucho, la verdad voy más por la experiencia y recomendación.	2.-¿Qué tipo de servicios o experiencias te gustaría encontrar y que hoy no existen?	Talleres creativos, rutas gastronómicas y experiencias culturales más dinámicas.
3.- ¿Has visitado antes zonas rurales o periurbanas como Pachacámac?	Sí, ya había venido antes a Pachacámac y también a lugares como Cieneguilla y Lurín.	3.- ¿Qué dificultades has encontrado al buscar experiencias auténticas y locales cerca de Lima?	A veces siento que todo está muy armado para turistas extranjeros y cuesta encontrar algo realmente local.	3.- ¿Crees que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales? ¿Por qué?	Sí, porque genera trabajo e ingresos.
4.- ¿Viajas solo/a, en familia o con amigos cuando haces este tipo de turismo?	Casi siempre viajo con amigas.	4.- ¿Alguna vez sentiste que una experiencia turística era poco auténtica o muy comercial?	Sí, en algunos lugares donde todo es solo para la foto.	4.- ¿Qué te haría elegir una experiencia de turismo comunitario en lugar de una turística tradicional?	Que sea segura, bonita y tenga buenas recomendaciones.
5.- ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más cuando viajas? (naturaleza, comida, cultura, descanso, aprendizaje)	Disfruto la gastronomía, los paisajes naturales y los lugares que sean bonitos para fotos.	5.- ¿Te interesaría pagar un poco más por una experiencia si sabes que apoya directamente a familias locales?	Sí, si sé que el dinero realmente llega a ellos y que va mejorar la calidad de vida de las familias locales..	5.- ¿Qué papel crees que tiene el visitante en hacer el turismo más sostenible?	Respetar el lugar, no contaminar y consumir productos locales.
		6.- ¿Qué opinas sobre actividades como visitas a huertos, cocinas tradicionales o experiencias culturales comunitarias?	Me parecen interesantes, sobre todo si se puede participar y aprender cosas nuevas.	1.- ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu experiencia o expectativas como turista?	Que me gusta que los lugares tengan buena infraestructura pero sin perder lo natural.
		7.-¿Qué aspectos valoras más al momento de decidir una experiencia turística? (precio, comodidad, impacto, autenticidad, cercanía)	Precio, seguridad, limpieza y buena atención y que exista mas señalización de rutas turísticas.	2.-¿Te gustaría recibir información sobre proyectos de turismo sostenible o comunitario en el futuro?	Sí, sobre todo por redes sociales.

Tabla 5. Entrevista a visitante 4: José Luis Medina Torres



DESCARGA ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

Nombre del entrevistado/a: José Luis Medina Torres
Edad: 44 años
Fecha y hora: Domingo 8 de Febrero – 10:40 a.m.
Ocupación: Taxista Independiente

CONTEXTO

La entrevista se realizó en las afueras de la iglesia que se encuentra frente a la plaza de armas. El entrevistado realizaba una visita familiar al museo, asistencia a misa y almuerzo en restaurante campestre local.

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Podrías contarme brevemente de dónde vienes y con qué frecuencia realizas viajes cortos o escapadas cerca de Lima?	Vengo de Chorrillos y suelo hacer paseos familiares los domingos o feriados, más o menos una vez al mes.	1.- Cuando visitas un lugar, ¿qué tan importante es para ti que la experiencia beneficie a la comunidad local?	Me parece importante que el turismo ayude a la gente del lugar.	1.- ¿Cómo te gustaría que fuera el turismo en los alrededores de Lima en el futuro?	Más organizado, precios accesible, más información y con actividades para toda la familia.
2.- ¿Qué te motiva normalmente a visitar lugares fuera de la ciudad?	Pasar tiempo con mi familia, distraernos y salir del ruido de la ciudad y respirar aire fresco ya que en la ciudad hay mucho ruido y contaminación.	2.- ¿Sueles informarte sobre el impacto ambiental o social de las actividades turísticas que realizas?	No mucho, más voy por recomendación o costumbre.	2.-¿Qué tipo de servicios o experiencias te gustaría encontrar y que hoy no existen?	Paquetes que incluyan recorrido, comida y actividades como piscina, ver animales etc.
3.- ¿Has visitado antes zonas rurales o periurbanas como Pachacámac?	Sí, he venido varias veces, sobre todo por la iglesia y el santuario.	3.- ¿Qué dificultades has encontrado al buscar experiencias auténticas y locales cerca de Lima?	A veces no encuentro mucha información clara de actividades familiares.	3.- ¿Crees que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales? ¿Por qué?	Sí, porque genera trabajo e ingresos.
4.- ¿Viajas solo/a, en familia o con amigos cuando haces este tipo de turismo?	Viajo con mi esposa e hijos.	4.- ¿Alguna vez sentiste que una experiencia turística era poco auténtica o muy comercial?	Sí, algunos tours se sienten muy armados o caros para lo que ofrecen.	4.- ¿Qué te haría elegir una experiencia de turismo comunitario en lugar de una turística tradicional?	Que sea segura, familiar y bien organizada.
5.- ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más cuando viajas? (naturaleza, comida, cultura, descanso, aprendizaje)	El turismo religioso, la comida típica y paseos tranquilos.	5.- ¿Te interesaría pagar un poco más por una experiencia si sabes que apoya directamente a familias locales?	Sí, siempre que se vea orden y beneficio real.	5.- ¿Qué papel crees que tiene el visitante en hacer el turismo más sostenible?	Cuidar el lugar, no ensuciar y respetar costumbres.
		6.- ¿Qué opinas sobre actividades como visitas a huertos, cocinas tradicionales o experiencias culturales comunitarias?	Me parecen bonitas, sobre todo para que mis hijos aprendan.	1.- ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu experiencia o expectativas como turista?	Que haya más señalización e información para familias.
		7.-¿Qué aspectos valoras más al momento de decidir una experiencia turística? (precio, comodidad, impacto, autenticidad, cercanía)	Precio accesible, seguridad y servicios higiénicos.	2.-¿Te gustaría recibir información sobre proyectos de turismo sostenible o comunitario en el futuro?	Sí, por Facebook ... redes sociales en general.

Tabla 6. Entrevista a visitante 5: Leoncio Vilca

DESCARGA ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

Nombre del entrevistado/a: **Leoncio Vilca**
Edad: **59 años**
Fecha y hora: **Domingo 8 de Febrero - 1:00pm**
Ocupación: **Artesano**

CONTEXTO

La entrevista se realizó de forma presencial en la Plaza de Armas de Pachacámac, como parte de una visita de campo enfocada en el análisis del turismo local y comunitario. El entrevistado, Leoncio Vilca, es un artesano local con puesto permanente en la plaza, lo que le permite un contacto constante con los turistas. La entrevista fue semiestructurada y permitió recoger su percepción sobre el turismo, el impacto económico en los emprendedores locales y los principales desafíos del distrito.

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Desde cuándo vive y trabaja en Pachacámac?	Vivo en Pachacámac desde que nací. He crecido aquí y he visto cómo el distrito ha ido cambiando con el tiempo. Mi trabajo como artesano lo desarrollo en la Plaza de Armas, donde recibo a los visitantes que llegan al pueblo y puedo observar directamente cómo se mueve el turismo.	6. ¿Cómo se movilizan generalmente los turistas?	La mayoría de los turistas llega en familia y se moviliza en autos particulares, especialmente los fines de semana y feriados, ya que consideran esta opción más cómoda para realizar visitas cortas o escapadas desde la ciudad.	13. ¿Cómo se difunden actualmente los eventos turísticos?	Principalmente a través de una aplicación de la municipalidad. Sin embargo, poca gente la conoce y eso limita mucho el alcance de la información, sobre todo para los turistas.
2. ¿Qué tipo de turistas visitan Pachacámac con mayor frecuencia	Llegan tanto turistas nacionales como internacionales, pero la mayoría son personas de Lima y de otras ciudades del Perú. Los turistas locales son los que vienen con más frecuencia, especialmente los fines de semana.	7. ¿Ha habido cambios recientes que hayan afectado la llegada de turistas?	Sí, el cierre del puente Conchán ha tenido un impacto fuerte. Antes los turistas llegaban directamente a Pachacámac, pero ahora deben pasar primero por Lurín, lo que ha reducido la cantidad de visitantes que llegan al distrito.	14. ¿Qué rol cumplen los emprendedores locales en la difusión turística?	Los emprendedores locales ayudamos bastante recomendando el lugar directamente a los turistas. Muchas veces, quienes vienen y tienen una buena experiencia regresan y traen a más personas.
3. ¿En qué días o temporadas hay mayor afluencia de visitantes?	La mayor cantidad de turistas llega los sábados, domingos y feriados. En verano, a partir de las tres de la tarde, se nota un aumento de visitantes. También hay meses específicos como junio y agosto, cuando las Lomas de Lúcumo están en su mejor momento.	8. ¿Cómo ha impactado esta situación en su trabajo como artesano?	La disminución de turistas ha afectado directamente las ventas. Antes había más movimiento en la plaza y ahora se nota una baja, lo que perjudica a los artesanos y comerciantes locales que dependemos del turismo.	15. ¿Existió alguna organización que les ayudará con la difusión y publicidad?	Sí, antes existía una asociación de emprendedores que se encargaba de proponer ideas para promocionar los productos y el turismo local. Actualmente esa organización ya no funciona porque la municipalidad asumió ese rol.
4. ¿Qué atractivos turísticos destacan en Pachacámac?	Pachacámac cuenta con varios atractivos naturales y culturales, como las chacras, la Piedra del Amor y el Manantial de la Juventud en el cerro Cardal. Además, las Lomas de Lúcumo y la iglesia principal de la Plaza de Armas, que tiene su propio museo, son puntos de interés importantes.	9. ¿Cómo describiría el entorno de Pachacámac?	Pachacámac es considerado el último pulmón verde de Lima debido a sus chacras y áreas naturales. Es un lugar tranquilo, con un ambiente distinto al de la ciudad, lo que lo hace atractivo para quienes buscan desconectarse.	16. ¿Cómo es actualmente la relación con la municipalidad?	La comunicación no es clara ni constante. Los emprendedores queremos participar y aportar ideas, pero sentimos que no somos tomados en cuenta y que la municipalidad decide sola qué se difunde.
5. ¿Qué festividades o eventos turísticos se realizan en el distrito?	Uno de los eventos más importantes es el aniversario de Pachacámac, que se celebra cada 6 de agosto y tiene una duración aproximada de tres días. Durante estas fechas se realiza el Festival de la Fresa, donde se prepara un turrón de fresa de aproximadamente 35 metros, además de la elaboración de helados artesanales hechos con frutas cultivadas por los agricultores locales. Este aniversario reúne a visitantes y vecinos, y representa una de las principales celebraciones del distrito.	10. ¿Qué perfil socioeconómico observa en los visitantes?	Muchos de los visitantes pertenecen a un nivel socioeconómico medio y medio-alto. Esto también se refleja en el tipo de restaurantes que visitan y en las experiencias que buscan.	17. ¿Qué otras actividades turísticas se desarrollan en Pachacámac?	También llegan muchos ciclistas desde Lima y se realizan campeonatos. Estas actividades atraen visitantes, pero no siempre reciben la difusión necesaria.
		11. ¿Qué tipo de experiencias buscan los turistas en los restaurantes locales?	Los turistas buscan experiencias completas, no solo comida. Les interesa ver caballos de paso, bailes típicos y tener un trato cercano con el comensal, lo que hace que la visita sea más memorable.	18. ¿Qué espera para el futuro del turismo en Pachacámac y qué mensaje le daría a las personas que aún no conocen el distrito?	Espero que en el futuro el turismo en Pachacámac pueda fortalecerse mediante una mejor difusión y una mayor participación de los emprendedores locales. Pachacámac es un lugar con mucho potencial, ideal para salir de la rutina de la ciudad, con naturaleza, cultura y tradiciones que lo hacen especial. Invitaría a las personas que aún no lo conocen a visitarlo y valorar su identidad, para que el distrito pueda seguir desarrollándose sin perder su esencia.
		12. ¿Cree que Pachacámac tiene suficiente promoción turística?	No, considero que falta mucha promoción. Hay varios atractivos y eventos que no son bien conocidos, incluso por personas que viven en Lima.		

Tabla 7. Entrevista a visitante 6: Gladys Acosta

DESCARGA ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

Nombre del entrevistado/a: **Gladys Acosta**
Edad: **65 años**
Fecha y hora: **Domingo 8 de febrero - 3:20 pm**
Ocupación: **Guía turística**

CONTEXTO

La entrevista se realizó de manera presencial en el museo de la iglesia de la Plaza de Armas de Pachacámac, como parte de una visita de campo sobre turismo local y comunitario. La entrevistada, Gladys Acosta, es guía turística y trabaja activamente en el distrito. La entrevista fue semiestructurada y permitió recoger su percepción sobre la gestión, difusión y organización del turismo en Pachacámac.

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Desde cuándo vive y trabaja en Pachacámac?	Nací en Miraflores, pero desde hace varios años trabajo de manera constante en Pachacámac como guía turística. Con el tiempo he llegado a conocer muy bien el distrito, sus atractivos y la dinámica del turismo local, especialmente en la zona de la Plaza de Armas.	7. ¿Ha habido cambios recientes que hayan afectado la llegada de turistas?	Sí, uno de los cambios más importantes ha sido el cierre del puente Conchán, lo que ha afectado la accesibilidad al distrito, ya que muchos visitantes ahora deben tomar rutas alternas. A esto se suma que la organización y la difusión de las actividades turísticas no siempre llegan de manera clara al público, lo que influye en la cantidad de turistas que visitan Pachacámac.	13. ¿Cómo se difunden actualmente los eventos turísticos?	La difusión se realiza principalmente a través de la municipalidad y la oficina de turismo vinculada a la iglesia y el museo. Sin embargo, esta información no siempre llega de forma clara o masiva al público.
2. ¿Qué tipo de turistas visitan Pachacámac con mayor frecuencia?	Principalmente visitan Pachacámac turistas locales, como familias de Lima, colegios, clubes de madres y grupos organizados. También llegan visitantes nacionales y, en menor medida, algunos turistas extranjeros interesados en la historia y el patrimonio cultural.	8. ¿Cómo ha impactado esta situación en su trabajo como guía turística?	Ha generado ciertas dificultades, ya que muchos turistas llegan sin información clara o con expectativas poco definidas. Esto me obliga a mí como guía a asumir un rol más informativo para explicar los atractivos y orientar a los visitantes.	14. ¿Qué rol cumplen los emprendedores locales en la difusión turística?	Los emprendedores y guías cumplen un rol importante al brindar información directa a los turistas, recomendando actividades y explicando los atractivos del lugar durante las visitas.
3. ¿En qué días o temporadas hay mayor afluencia de visitantes?	De lunes a viernes se realizan recorridos grupales que se coordinan con anticipación, especialmente con instituciones educativas y organizaciones. Los domingos la iglesia y el museo están abiertos al público en general, por lo que se recibe una mayor cantidad de turistas espontáneos.	9. ¿Cómo describiría el entorno de Pachacámac?	Pachacámac es un distrito tranquilo, con una combinación de patrimonio histórico, áreas verdes y espacios rurales. Es un lugar que permite al visitante desconectarse del ritmo de la ciudad y tener una experiencia más calmada.	15. ¿Existió alguna organización que les ayudará con la difusión y publicidad?	En algunos momentos ha existido coordinación entre actores locales y la municipalidad, pero no de manera constante. Actualmente, la difusión depende principalmente de la gestión municipal.
4. ¿Qué atractivos turísticos destacan en Pachacámac?	Uno de los principales atractivos es la iglesia de la Plaza de Armas y su museo, ya que es la única iglesia de estilo barroco que aún se conserva en el Perú. También destacan el cerro Cardal, la Piedra de los Enamorados, las chacras y el entorno natural que rodea al distrito.	10. ¿Qué perfil socioeconómico observa en los visitantes?	En general, los visitantes pertenecen a un nivel socioeconómico medio y medio-alto, especialmente los grupos familiares y los turistas interesados en cultura e historia. También llegan grupos organizados con fines educativos.	16. ¿Cómo es actualmente la relación con la municipalidad?	Es una relación cercana, pero con diferencias. La municipalidad apoya algunas iniciativas, como la promoción de eventos, pero no brinda apoyo económico. Además, existe desacuerdo en temas como la falta de organización y planificación turística.
5. ¿Qué festividades o eventos turísticos se realizan en el distrito?	Se realizan eventos vinculados a fechas especiales, como el aniversario de Pachacámac y actividades promocionadas por la municipalidad. Por ejemplo, en febrero se organizará una caravana por el Día de los Enamorados, que incluye un recorrido desde la Plaza de Armas hasta el cerro Cardal.	11. ¿Qué tipo de experiencias buscan los turistas en los restaurantes locales?	Los turistas buscan experiencias completas, no solo gastronómicas. Les interesa el ambiente, la atención, las tradiciones locales y, en algunos casos, espectáculos culturales que complementen la visita.	17. ¿Qué otras actividades turísticas se desarrollan en Pachacámac?	Además de las visitas culturales y religiosas, se realizan recorridos naturales, caminatas hacia el cerro Cardal y actividades especiales organizadas en fechas festivas, que buscan atraer a distintos tipos de público.
6. ¿Cómo se movilizan generalmente los turistas?	Los turistas suelen llegar en movilidad particular o en transporte contratado cuando se trata de grupos organizados, como colegios o instituciones. En el caso de recorridos guiados, muchos realizan los trayectos a pie dentro del centro del distrito.	12. ¿Cree que Pachacámac tiene suficiente promoción turística?	Considero que no. Aunque algunos atractivos como la iglesia sí reciben promoción, en general falta una difusión con mayor propósito y enfoque, que ayude al visitante a comprender mejor el valor del distrito.	18. ¿Qué espera para el futuro del turismo en Pachacámac y qué mensaje le daría a las personas que aún no conocen el distrito?	Espero que el turismo en Pachacámac mejore en organización, manteniendo pilares fundamentales como la limpieza, la seguridad y una mejor planificación de los servicios para el visitante. Invitaría a las personas que aún no conocen el distrito a visitarlo y descubrir su valor histórico, cultural y natural, ya que tiene un gran potencial que puede seguir desarrollándose de manera responsable.

2.1.2. Contexto general

El turismo cultural constituye una de las principales formas de interacción entre los visitantes y el patrimonio histórico de un territorio. En las últimas décadas, este tipo de turismo ha adquirido una creciente relevancia debido a su capacidad para promover la valorización de la cultura local, dinamizar las economías regionales y fortalecer la identidad de las comunidades anfitrionas. Diversos estudios sobre turismo comunitario y desarrollo local destacan que el turismo vinculado al patrimonio cultural permite fortalecer la identidad territorial y generar oportunidades económicas para las comunidades locales (Chuquivilca Arias, 2022; Ramos Guevara, 2024).

En el Perú, el patrimonio histórico, arqueológico y cultural constituye uno de los principales recursos turísticos del país. El turismo vinculado a estos recursos representa un componente fundamental de la oferta turística nacional, debido a la diversidad de sitios arqueológicos, manifestaciones culturales, tradiciones gastronómicas y paisajes naturales que pueden conformar experiencias turísticas integradas. Este tipo de turismo también contribuye al desarrollo local de los territorios y a la valorización de los recursos culturales y naturales presentes en las comunidades.

Asimismo, el turismo interno ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado principalmente por viajeros que buscan experiencias cercanas a sus lugares de residencia y que les permitan combinar ocio, cultura y naturaleza en escapadas de corta duración.

Dentro de este contexto, la ciudad de Lima presenta una diversidad de espacios culturales, gastronómicos y naturales que pueden formar parte de experiencias turísticas variadas. En

particular, los distritos ubicados en las zonas rurales y periurbanas de Lima poseen un importante potencial para el desarrollo del turismo alternativo, ya que combinan patrimonio cultural, actividades gastronómicas, paisajes naturales y experiencias vinculadas a la identidad local. Este tipo de turismo permite diversificar la oferta turística de la ciudad y promover experiencias más cercanas a la cultura y a las dinámicas del territorio.

Uno de los distritos que presenta estas características es Pachacámac, ubicado en la zona sur de Lima Metropolitana. Este territorio destaca por su riqueza cultural e histórica, especialmente por la presencia del Santuario Arqueológico de Pachacámac, uno de los centros ceremoniales más importantes de la costa peruana y un espacio de gran valor patrimonial para la historia del país. No obstante, el distrito no se limita únicamente a este sitio arqueológico, ya que también cuenta con una diversidad de atractivos turísticos que incluyen restaurantes campestres, emprendimientos gastronómicos, actividades recreativas, espacios naturales, experiencias rurales y manifestaciones culturales que pueden enriquecer la experiencia de los visitantes.

A pesar de este potencial, diversos estudios sobre desarrollo turístico señalan que muchos destinos con diversidad de atractivos enfrentan dificultades relacionadas con la falta de articulación de su oferta turística y la limitada disponibilidad de información clara para los visitantes. Esta situación puede generar que los turistas concentren su visita en un solo punto del destino o no logren aprovechar plenamente las experiencias disponibles dentro del territorio (Ramos Guevara, 2024).

En el caso de Pachacámac, esta realidad se refleja en la experiencia de muchos visitantes que llegan al distrito motivados

principalmente por su valor cultural e histórico. Si bien el territorio cuenta con una amplia variedad de atractivos turísticos, actividades gastronómicas, emprendimientos locales y espacios recreativos, gran parte de los visitantes no logra acceder a esta diversidad de experiencias debido a la dificultad de encontrar información clara, organizada y accesible sobre la oferta turística disponible. Esto puede generar desorientación durante la visita, pérdida de tiempo en la planificación del recorrido y experiencias turísticas desconectadas que limitan el aprovechamiento integral del territorio.

Diversas investigaciones recientes sobre comportamiento turístico indican que los visitantes utilizan cada vez más herramientas digitales para planificar sus viajes, buscar información sobre destinos y organizar sus itinerarios. Estas tecnologías permiten acceder a información en tiempo real, descubrir nuevas actividades dentro de los destinos y facilitar la toma de decisiones durante el recorrido (López, 2024; Serrano, 2024).

En este sentido, el uso de plataformas digitales aplicadas al turismo se presenta como una oportunidad para mejorar la experiencia de los visitantes y fortalecer la conexión entre los diferentes atractivos y actores que forman parte de un destino turístico.

Frente a este contexto, surge la necesidad de desarrollar soluciones que permitan mejorar el acceso a la información turística y facilitar la organización del recorrido dentro del territorio. La incorporación de herramientas digitales orientadas a la planificación del viaje puede contribuir a optimizar el tiempo disponible de los visitantes, reducir la desinformación durante la visita y promover una exploración más amplia de los atractivos

turísticos de Pachacámac. Al mismo tiempo, estas soluciones pueden favorecer una mayor articulación entre los actores locales del territorio, fortaleciendo el ecosistema turístico del distrito y promoviendo un desarrollo turístico más sostenible.

Figura 6. Observación del contexto turístico y registro fotográfico del territorio.



2.1.3. Problema y oportunidad

A partir del análisis del contexto, la observación realizada en el territorio y las entrevistas efectuadas a visitantes y actores locales, se identificó una problemática relacionada con el acceso a información turística y la organización del recorrido dentro del distrito de Pachacámac. A pesar de que el territorio posee una diversidad de recursos turísticos que incluyen patrimonio cultural, gastronomía local, espacios naturales, emprendimientos locales y distintas actividades recreativas, muchos visitantes suelen concentrar su recorrido en algunos lugares específicos sin llegar a conocer la totalidad de experiencias que ofrece el distrito.

Esta situación se relaciona principalmente con la falta de información integrada que permita a los visitantes conocer y planificar de manera eficiente su recorrido dentro del territorio. La

ausencia de herramientas que centralicen la información turística del destino, junto con la limitada visibilidad de las distintas actividades y emprendimientos disponibles, dificulta que los visitantes puedan identificar qué lugares visitar, cuánto tiempo dedicar a cada actividad o cómo desplazarse entre los distintos puntos del distrito.

En términos generales, el turismo cultural constituye uno de los principales recursos turísticos del Perú, especialmente en territorios que cuentan con patrimonio histórico, arqueológico y cultural. Diversos estudios sobre turismo comunitario señalan que esta actividad no solo contribuye a la valorización del patrimonio cultural, sino que también promueve el desarrollo económico local y fortalece la identidad de las comunidades anfitrionas (Guevara, 2024).

Dentro de este escenario, los distritos rurales y periurbanos de Lima presentan un importante potencial para el desarrollo de experiencias turísticas alternativas. Uno de estos territorios es el distrito de Pachacámac, ubicado en la zona sur de Lima Metropolitana, reconocido por su riqueza cultural, histórica y paisajística.

Sin embargo, estudios recientes sobre gestión de destinos turísticos señalan que muchos destinos con una oferta diversa enfrentan dificultades relacionadas con la falta de integración entre sus atractivos y la escasa disponibilidad de información accesible para los visitantes, lo que limita la exploración del destino y reduce la distribución del flujo turístico en el territorio (Gascón, 2022).

Asimismo, diversos estudios sobre comportamiento turístico indican que los viajeros utilizan cada vez más herramientas

digitales para planificar sus viajes y organizar sus itinerarios. La transformación digital del turismo ha incrementado significativamente el uso de dispositivos móviles y plataformas digitales para acceder a información en tiempo real sobre destinos turísticos, lo cual influye directamente en la forma en que los visitantes toman decisiones durante su recorrido (Hernández, 2021).

Además, esta problemática también impacta en los actores locales que forman parte del ecosistema turístico del distrito. Muchos emprendimientos, restaurantes, actividades recreativas y servicios turísticos disponibles en el territorio no logran ser conocidos por los visitantes, lo que limita sus oportunidades de visibilidad y desarrollo económico.

Investigaciones sobre turismo comunitario y desarrollo territorial destacan que la falta de articulación entre los actores del destino puede reducir el impacto positivo del turismo en las economías locales, especialmente en territorios con alta diversidad de recursos turísticos (Chuquivilca Arias, 2022).

En este contexto, se identifica una brecha relacionada con el acceso a información turística organizada y con la articulación de la oferta turística del distrito. Comprender esta problemática resulta fundamental para orientar procesos de investigación y diseño que permitan mejorar la organización de los recorridos turísticos, ampliar el acceso a la información sobre las experiencias disponibles y promover una exploración más amplia del territorio, mientras se reduce la desconexión entre los atractivos que forman parte del ecosistema turístico de Pachacámac.

2.1.4. Reto de diseño

A partir del análisis del contexto, la observación de campo realizada en el distrito de Pachacámac y las entrevistas efectuadas a visitantes y actores locales, se identificó que muchos visitantes presentan dificultades al momento de organizar su recorrido y acceder a información clara sobre los distintos atractivos y actividades disponibles en el territorio. Esta situación genera desorientación durante el desplazamiento, pérdida de tiempo en la planificación de las actividades y una experiencia turística fragmentada que limita la posibilidad de conocer la diversidad de espacios gastronómicos, culturales y paisajísticos que ofrece el distrito.

Además, la limitada articulación entre los distintos atractivos turísticos y la escasa disponibilidad de información integrada sobre las experiencias del destino contribuyen a que los visitantes concentren su recorrido en algunos lugares específicos sin explorar otras alternativas que podrían complementar su visita. Diversos estudios sobre turismo comunitario y desarrollo territorial señalan que cuando los recursos turísticos de un destino no se encuentran articulados dentro de una oferta integrada, los visitantes tienden a concentrarse en pocos espacios, lo que limita el aprovechamiento del potencial turístico del territorio y reduce las oportunidades de desarrollo para los actores locales (Gascón, 2022; Canales-Gutiérrez & Pacheco-Vizcarra, 2024).

Esta falta de conexión entre los diferentes elementos del territorio no solo afecta la experiencia del visitante, sino que también impacta en los actores locales que forman parte del ecosistema turístico, ya que muchos emprendimientos, servicios y actividades disponibles en el distrito no logran ser conocidos o considerados dentro del recorrido de los turistas. Investigaciones sobre desarrollo turístico local indican que la integración de los actores

del territorio y la visibilidad de sus servicios son factores fundamentales para fortalecer el ecosistema turístico de los destinos (Ramos Guevara, 2024).

En este sentido, se evidencia la necesidad de desarrollar soluciones que permitan facilitar la organización del recorrido turístico, mejorar el acceso a la información del destino y fortalecer la conexión entre los distintos atractivos y actores que forman parte del territorio. Diversos estudios sobre turismo digital indican que el uso de herramientas tecnológicas y plataformas móviles permite a los visitantes acceder a información del destino, organizar sus itinerarios y mejorar la toma de decisiones durante la experiencia de viaje (López, 2021).

Asimismo, el creciente uso de tecnologías de la información en la vida cotidiana ha modificado la forma en que las personas acceden a información, organizan sus actividades y planifican sus desplazamientos, lo que también influye en la manera en que los visitantes preparan sus viajes y buscan experiencias turísticas (Salamanca Garay & Sagredo Lillo, 2022).

A partir de esta problemática, y tomando como referencia el arquetipo identificado durante la investigación, representado por Renato Castañeda, visitante nacional interesado en realizar una salida recreativa organizada junto a su familia, se formuló el siguiente reto de diseño, el cual orienta el proceso de investigación y el desarrollo de la propuesta de innovación:

“¿Cómo podríamos ayudar a Renato Castañeda a conseguir de manera fácil y organizada una experiencia integrada en Pachacámac que combine gastronomía, historia y paisaje, mediante rutas integradas y acompañamiento digital mientras

reducimos la desconexión entre los atractivos, la pérdida de tiempo y la incertidumbre en los desplazamientos?”

Este reto de diseño permite enfocar el proceso de innovación hacia el desarrollo de soluciones que faciliten la planificación del recorrido turístico, optimicen el uso del tiempo durante la visita y contribuyan a mejorar la experiencia del visitante. Asimismo, plantea la oportunidad de promover una mayor integración entre los distintos atractivos y actividades del territorio, permitiendo que los visitantes puedan descubrir una oferta turística más amplia y organizada dentro del distrito.

De esta manera, el reto de diseño no solo busca mejorar la experiencia del visitante, sino también contribuir a una mayor articulación del ecosistema turístico local, generando oportunidades para que los diferentes actores del territorio puedan integrarse dentro de una experiencia turística más conectada y significativa. En este contexto, la incorporación de herramientas digitales dentro del turismo también se vincula con procesos de transformación digital orientados a mejorar la gestión de la información y el acceso a servicios dentro de los destinos turísticos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

Figura 7. Proceso de compilación y organización de hallazgos de investigación



Figura 8. Análisis del problema: problema – consecuencias – impacto



2.2. Diseñar para crear valor

Una vez definido el reto de diseño a partir de los hallazgos obtenidos durante la fase de investigación, el proceso del proyecto avanzó hacia la etapa de diseño orientada a la creación de valor. Esta fase tiene como objetivo transformar los aprendizajes obtenidos en la investigación en propuestas concretas que respondan a las necesidades del usuario y al mismo tiempo generen beneficios dentro del ecosistema del territorio. En los procesos de innovación centrados en el usuario, el diseño de soluciones busca transformar los hallazgos de la investigación en

propuestas que mejoren la experiencia de los usuarios y que generen valor dentro del sistema donde se implementan.

En el caso del presente proyecto, el diseño para crear valor se enfocó en identificar alternativas que permitieran mejorar la organización de la experiencia turística en Pachacámac, considerando las dificultades detectadas en la fase de investigación. Entre los principales aspectos identificados se encuentran la falta de orientación para los visitantes, la escasa conexión entre los distintos atractivos del territorio y la dificultad para estructurar recorridos que integren actividades culturales, gastronómicas y paisajísticas dentro de una misma visita.

A partir de estas necesidades se desarrolló un proceso de generación y análisis de ideas orientado a explorar diferentes formas de mejorar la experiencia del visitante. Este proceso buscó identificar soluciones que facilitaran la planificación del recorrido, promovieran el descubrimiento de nuevos espacios dentro del distrito y contribuyeran a fortalecer la visibilidad de los emprendimientos locales. Asimismo, se consideró la importancia de utilizar herramientas que resultaran accesibles para los visitantes y que pudieran integrarse de manera natural dentro de sus prácticas cotidianas de organización y consumo de información.

En este contexto, las tecnologías digitales se presentan como una oportunidad para mejorar la forma en que los visitantes acceden a la información turística y planifican sus actividades dentro de un destino. El uso de aplicaciones móviles, plataformas digitales y sistemas de geolocalización permite organizar recorridos, explorar alternativas de actividades y acceder a información actualizada durante la experiencia turística, lo que contribuye a mejorar la toma de decisiones del visitante durante su desplazamiento (Hernández, 2021; Salamanca Garay & Sagredo Lillo, 2022).

Asimismo, la incorporación de herramientas digitales en distintos sectores ha sido promovida como parte de los procesos de transformación digital orientados a mejorar el acceso a la información, optimizar servicios y facilitar la interacción entre usuarios y organizaciones (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

De esta manera, la fase de diseño se orientó a desarrollar una propuesta que permitiera integrar los distintos atractivos del territorio dentro de una experiencia más organizada y accesible para los visitantes. El objetivo no consiste únicamente en ofrecer información sobre los lugares disponibles, sino en facilitar una forma más clara de recorrer el territorio, optimizar el tiempo de visita y promover una mayor conexión entre los visitantes y los actores que forman parte del ecosistema turístico local. A través de este proceso se busca generar valor tanto para el usuario, mejorando su experiencia dentro del destino, como para el territorio, fortaleciendo la visibilidad y el impacto de los emprendimientos locales vinculados al turismo (Ramos Guevara, 2024).

2.2.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor constituye uno de los elementos centrales dentro del proceso de diseño de soluciones innovadoras, ya que define de qué manera la propuesta desarrollada busca responder a las necesidades del usuario y generar beneficios dentro del sistema donde será implementada. En este sentido, una propuesta de valor efectiva debe identificar con claridad el problema que enfrenta el usuario y ofrecer una solución que mejore significativamente su experiencia, al mismo tiempo que aporte valor a los actores que participan en el ecosistema donde se desarrolla el servicio. Diversos estudios sobre desarrollo turístico señalan que las propuestas orientadas a mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la participación de los actores locales pueden

contribuir al desarrollo sostenible de los destinos turísticos (Chuquivilca Arias, 2022).

En el contexto del presente proyecto, la propuesta de valor se construyó a partir del análisis del arquetipo Renato Castañeda, de los hallazgos obtenidos durante la fase de investigación y del insight identificado en la experiencia del visitante en Pachacámac. Este proceso permitió comprender las tareas que los visitantes intentan resolver durante su visita, los principales dolores o dificultades que enfrentan durante el recorrido y las ganancias o beneficios que esperan obtener al visitar el territorio.

A partir de este análisis se desarrolló el lienzo de propuesta de valor, el cual permite identificar de manera estructurada cómo la solución propuesta responde a las necesidades del usuario mediante la reducción de los problemas identificados y la generación de beneficios que mejoran la experiencia turística.

• Mitigadores de dolor

Los mitigadores de dolor corresponden a los elementos de la propuesta que buscan reducir o eliminar las dificultades que experimentan los visitantes durante su recorrido en Pachacámac. Durante el proceso de análisis se identificó que uno de los principales problemas para los visitantes es la falta de información clara y organizada sobre las actividades disponibles en el territorio, lo que genera incertidumbre al momento de planificar la visita.

Frente a esta situación, la propuesta plantea ofrecer información centralizada que facilite la toma de decisiones, así como rutas estructuradas que conecten los distintos atractivos del distrito. Asimismo, se incorpora un sistema de acompañamiento digital que

orienta al visitante durante el recorrido, permitiendo reducir la desorientación, minimizar decisiones improvisadas y evitar pérdidas de tiempo asociadas a la falta de planificación. De esta manera, la solución busca transformar una experiencia turística fragmentada en un recorrido más organizado y fácil de seguir. El uso de herramientas digitales y aplicaciones móviles en turismo permite precisamente mejorar la organización del viaje y facilitar el acceso a información relevante durante el recorrido (López, 2021).

• Generadores de ganancias

Los generadores de ganancias representan los beneficios que la propuesta busca generar en la experiencia del visitante. Entre las principales ganancias identificadas se encuentra la posibilidad de aprovechar mejor el tiempo disponible durante la visita, conocer una mayor diversidad de espacios dentro del territorio y vivir una experiencia turística más organizada y fluida.

A través de rutas integradas que conectan distintos tipos de atractivos como gastronomía, patrimonio cultural y paisaje natural, la propuesta permite a los visitantes descubrir nuevos lugares dentro del distrito y disfrutar de una experiencia más completa. Asimismo, el acompañamiento digital durante el recorrido contribuye a generar una sensación de confianza y seguridad en el visitante, permitiéndole explorar el territorio con mayor tranquilidad. Estos elementos buscan fortalecer la satisfacción del usuario al finalizar la experiencia y fomentar recuerdos positivos que puedan ser compartidos y recomendados. El uso de tecnologías digitales y aplicaciones móviles se ha consolidado como una herramienta que permite mejorar la experiencia turística mediante el acceso a información, orientación y organización de actividades dentro de los destinos (Salamanca Garay & Sagredo Lillo, 2022).

• Propuesta de valor concreta

A partir del análisis de los dolores y ganancias del arquetipo, se formuló la siguiente propuesta de valor concreta:

Nosotros ayudamos a visitantes como Renato Castañeda a organizar y aprovechar mejor su visita a Pachacámac a través de rutas integradas y acompañamiento digital que conectan cultura, gastronomía y paisaje para vivir una experiencia fluida, segura y completa en un solo día.

Esta propuesta busca facilitar la organización de la experiencia turística del visitante, permitiéndole recorrer el territorio de manera más estructurada y acceder a información clara durante su desplazamiento.

• Propuesta de valor conceptual

De manera sintética, la propuesta de valor del proyecto puede expresarse conceptualmente de la siguiente forma:

Ayudamos a Renato Castañeda a planificar y vivir una experiencia integrada en Pachacámac para disfrutar una visita organizada, fluida y completa en un solo día.

Esta formulación resume el objetivo principal del proyecto, el cual consiste en mejorar la organización de la experiencia turística del visitante mediante herramientas que faciliten la planificación del recorrido y promuevan la conexión entre los distintos atractivos del territorio. Este tipo de iniciativas también contribuye a fortalecer la articulación entre los actores del destino y a mejorar la visibilidad

de los emprendimientos turísticos locales dentro del territorio (Gascón, 2022).

Figura 9. Lienzo de propuesta de valor del servicio PachaRuta



2.2.2. Solución

A partir del análisis desarrollado durante las fases de investigación y diseño, se planteó una solución orientada a mejorar la organización de la experiencia turística de los visitantes en el distrito de Pachacámac. Esta propuesta surge como respuesta directa al reto de diseño formulado previamente, el cual se fundamenta en las dificultades identificadas en la experiencia del visitante, particularmente en la falta de orientación durante el recorrido, la limitada articulación entre los atractivos del territorio y la dificultad para planificar una visita que permita aprovechar de manera eficiente el tiempo disponible.

En este contexto, la solución propuesta consiste en el desarrollo de PachaRuta, una aplicación móvil diseñada para acompañar al visitante durante su experiencia en Pachacámac mediante la organización de rutas integradas que conecten distintos tipos de atractivos del territorio. Esta herramienta busca facilitar la planificación del recorrido, reducir la incertidumbre durante la visita

y ofrecer una experiencia turística más estructurada, accesible y organizada.

La aplicación permite organizar la visita a partir de rutas previamente diseñadas que integran diferentes componentes de la experiencia turística del distrito, tales como gastronomía, patrimonio cultural, espacios naturales y actividades recreativas. A través de estas rutas, el visitante puede identificar qué lugares visitar, cómo desplazarse entre los distintos puntos del recorrido y qué actividades puede realizar durante su estancia en el territorio. De esta manera, PachaRuta funciona como una guía digital que facilita la toma de decisiones del visitante y promueve una experiencia turística más fluida, aspecto que ha sido señalado como uno de los beneficios del uso de herramientas digitales dentro del turismo (Hernández, 2021).

Además de la organización de rutas, la solución incorpora un sistema de acompañamiento digital durante el recorrido que permite al visitante acceder a información contextual sobre los lugares que forman parte de la experiencia turística. Este acompañamiento incluye recomendaciones de actividades, orientación durante los desplazamientos y acceso a información relevante sobre los atractivos del territorio. La incorporación de estos elementos permite reducir la sensación de desorientación que experimentan muchos visitantes al recorrer el distrito, contribuyendo a que la experiencia turística se desarrolle de manera más organizada y satisfactoria.

Un elemento clave en el funcionamiento de la aplicación es la personalización de las rutas turísticas, la cual se genera a partir de dos variables principales ingresadas por el usuario: el tiempo disponible para realizar el recorrido y las preferencias de

experiencia turística. En primer lugar, el visitante debe indicar la duración estimada de su estancia en el distrito, lo que permite que la aplicación calcule una ruta que se adapte al tiempo disponible y evite recorridos demasiado extensos o difíciles de completar en una sola visita. En segundo lugar, el usuario puede seleccionar sus preferencias de interés, entre las cuales se encuentran categorías como experiencias culturales, gastronómicas, paisajísticas, artesanales y de aventura. A partir de esta información, la aplicación organiza un recorrido sugerido que integra distintos puntos de interés del territorio de acuerdo con el tiempo disponible y los intereses del visitante, permitiendo así una experiencia turística más personalizada y eficiente.

La elección de una aplicación móvil como medio para implementar la solución responde a las transformaciones que ha experimentado el turismo en el contexto de la digitalización. En la actualidad, los turistas utilizan tecnologías digitales para informarse, planificar itinerarios y tomar decisiones durante sus viajes, lo que ha generado nuevas formas de interacción entre los visitantes y los destinos turísticos. En este sentido, las aplicaciones móviles permiten centralizar información turística, facilitar la planificación de actividades y ofrecer contenidos actualizados que mejoran la experiencia del usuario dentro del destino (Salamanca Garay & Sagredo Lillo, 2022).

Desde la perspectiva de la gestión turística, el uso de herramientas digitales también contribuye a fortalecer los sistemas de información dentro de los destinos. Las tecnologías digitales permiten organizar la oferta turística, mejorar la difusión de los atractivos locales y facilitar el acceso a información relevante durante el recorrido del visitante (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

Desde una perspectiva de sostenibilidad, la solución propuesta se vincula con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Producción y consumo responsables, el cual busca promover patrones de consumo que permitan un uso eficiente de los recursos y fomenten prácticas sostenibles en distintos sectores económicos, incluido el turismo. En particular, la meta 12.b plantea la necesidad de desarrollar herramientas que permitan fortalecer el turismo sostenible y promover la cultura y los productos locales dentro de los destinos turísticos.

En este sentido, PachaRuta contribuye a orientar a los visitantes hacia diferentes actividades, emprendimientos y espacios culturales dentro del territorio, promoviendo el consumo de experiencias locales y favoreciendo una mayor visibilidad de los actores que forman parte del ecosistema turístico de Pachacámac. Este tipo de articulación entre visitantes y actores locales es considerado un factor clave para fortalecer el desarrollo turístico de los territorios (Chuquivilca Arias, 2022).

Asimismo, la solución se relaciona con el enfoque de sostenibilidad que plantea que el desarrollo turístico debe generar beneficios en múltiples dimensiones del territorio. En este sentido, la digitalización del turismo permite mejorar la gestión de los destinos y optimizar la organización de los recorridos, favoreciendo experiencias turísticas más responsables y sostenibles (Gascón, 2022).

En el ámbito económico, la aplicación contribuye a diversificar los espacios que forman parte del recorrido turístico, permitiendo que un mayor número de emprendimientos locales participen dentro de la actividad turística. En la dimensión social, la solución promueve

el reconocimiento de la cultura local y facilita que los visitantes interactúen con diferentes expresiones culturales del territorio. Finalmente, en la dimensión ambiental, la organización de rutas estructuradas permite orientar los desplazamientos de los visitantes de manera más eficiente, lo que contribuye a reducir recorridos innecesarios y a promover un uso más responsable del territorio.

Otro aspecto relevante de la solución es su capacidad para fortalecer la articulación entre los actores del ecosistema turístico local. Al estructurar rutas que conectan distintos tipos de actividades dentro del distrito, PachaRuta permite visibilizar emprendimientos que actualmente no forman parte de los recorridos más frecuentes de los visitantes, lo que favorece una distribución más equilibrada de los beneficios generados por el turismo dentro del territorio (Ramos Guevara, 2024).

Además de los aspectos funcionales del servicio, resulta fundamental considerar la sostenibilidad de la propuesta en el largo plazo. En este sentido, el modelo de funcionamiento de la aplicación plantea un esquema que permita mantener la operatividad del servicio sin generar barreras de acceso para los visitantes. Por esta razón, se propone que la aplicación PachaRuta sea gratuita para los usuarios, lo cual facilitaría su descarga y promovería un mayor uso de la plataforma durante la visita al distrito de Pachacámac.

Para cubrir los costos asociados al mantenimiento de la aplicación, la gestión de los tótems informativos, la distribución de kits promocionales y la presencia de anfitrionas que promuevan el uso de la plataforma en puntos estratégicos del territorio, se plantea un modelo de financiamiento basado en la participación de los actores

locales. En este esquema, los establecimientos con mayor flujo de visitantes como restaurantes y museos pueden formar parte de la aplicación mediante una suscripción mensual de S/300, mientras que los artesanos y microemprendedores locales pueden acceder a la plataforma mediante una cuota reducida de S/100 mensuales.

Se estima la participación aproximada de 20 restaurantes, 5 museos o atractivos culturales y 40 artesanos dentro de la plataforma, lo que permitiría generar ingresos mensuales cercanos a S/11,500. Este modelo de financiamiento permite cubrir los costos de operación del servicio, los cuales incluyen el mantenimiento técnico de la aplicación, el mantenimiento de los tótems informativos, la producción de kits promocionales y la contratación de anfitrionas encargadas de difundir el uso de la plataforma entre los visitantes.

De esta manera, la aplicación no solo facilita la organización del recorrido turístico para los visitantes, sino que también genera un sistema de valor compartido dentro del territorio, en el cual los usuarios acceden gratuitamente a la herramienta digital mientras que los actores locales se benefician de una mayor exposición dentro del ecosistema turístico. Este modelo contribuye a fortalecer la articulación entre los distintos actores del destino y promueve una distribución más amplia de los beneficios generados por la actividad turística en el distrito de Pachacámac.

En síntesis, la solución propuesta busca transformar la experiencia turística actual caracterizada por recorridos improvisados y concentrados en pocos espacios en una experiencia más organizada e integrada. A través de rutas estructuradas, acompañamiento digital, personalización del recorrido según el tiempo disponible y acceso a información clara, PachaRuta permite

a los visitantes aprovechar mejor su tiempo de visita, descubrir una mayor diversidad de actividades dentro del territorio y vivir una experiencia turística más completa y significativa en el distrito de Pachacámac.

Figura 10. Proceso de divergencia y convergencia de ideas



Figura 11. Matriz dolor-ganancia para priorización de soluciones

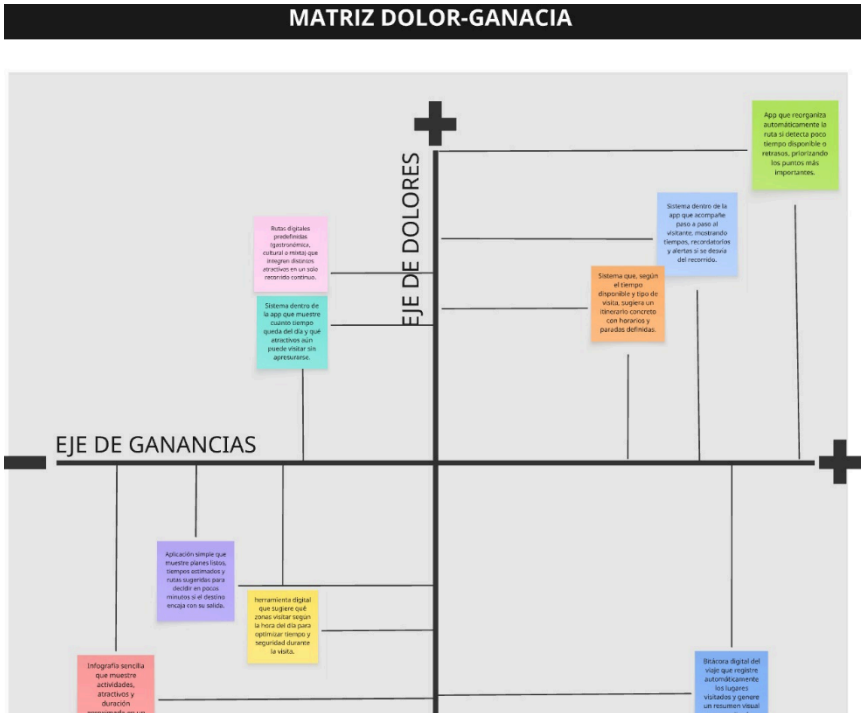


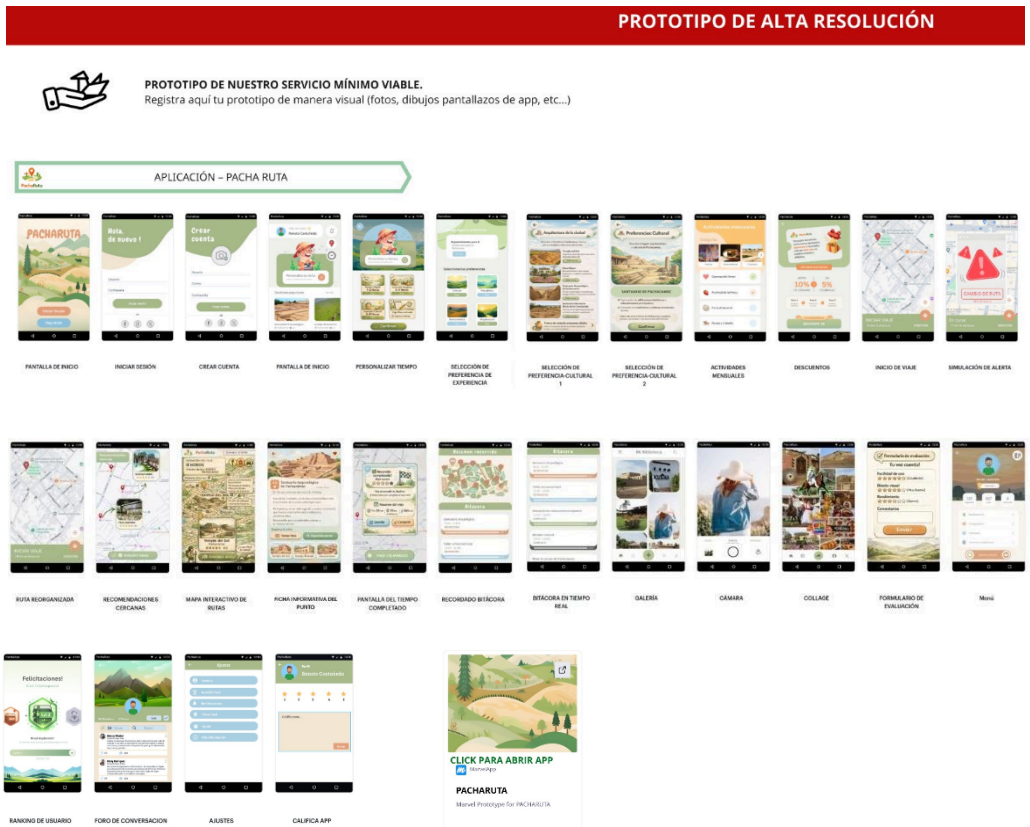
Figura 12. Concepto del servicio PachaRuta



Figura 13. Prototipo del servicio mínimo viable (MVP)



Figura 14. Prototipo de alta resolución de la aplicación y artefactos



ARTEFACTOS – PACHA RUTA

FLYER HOTELES



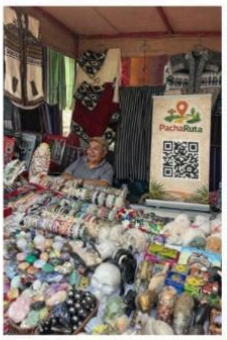


KIT FÍSICO DE ARQUEOLOGÍA



QR RESTAURANTE Y ARTESANOS LOCALES





BANNER EN MUSEO DE PACHACAMAC



LLAVERO CABALLO DE PASO



TOTEMS EN CALLES





LÁPIZ PLANTABLE DE PACHARUTA

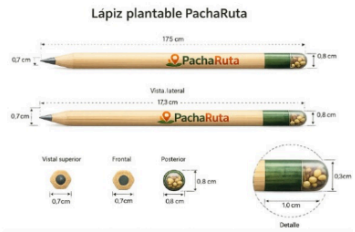






Tabla 1. Participación de emprendedores en la plataforma PachaRuta

Tipo de emprendimiento	Cantidad de aliados
Restaurantes	20
Museos / atractivos culturales	5
Artesanos	40
Total de aliados	65 emprendedores
Mantenimiento de la app	20
Kits promocionales culturales	5
Total de aliados	65 emprendedores

Tabla 2. Ingresos mensuales estimados por suscripción

Tipo de emprendimiento	Cantidad	Pago mensual por aliado	Ingreso mensual
Restaurantes	20	S/ 300	S/ 6,000
Museos / atractivos culturales	5	S/ 300	S/ 1,500
Artesanos	40	S/ 100	S/ 4,000
Total de ingresos mensuales	—		S/ 11,500

Tabla 3. Costos de operación mensual de la plataforma PachaRuta

Concepto	Descripción	Costo mensual
Mantenimiento de la aplicación	Servidor, actualizaciones técnicas y soporte	S/ 670
Mantenimiento de tótems informativos	Limpieza, reposición de materiales y soporte técnico	S/ 260
Kits promocionales	Producción de kits para incentivar la descarga de la app	S/ 600
Anfitrionas	Personal encargado de promover la aplicación en puntos estratégicos	S/ 1,000
Costo total mensual	—	S/ 2,530

Tabla 4. Resultado económico del modelo de servicio

Concepto	Monto
Ingresos mensuales estimados	S/ 11,500
Costos de operación	S/ 2,530
Excedente mensual estimado	S/ 8,970
Excedente mensual estimado	S/ 8,970

2.3. Diseñar el servicio

El diseño del servicio constituye una etapa clave dentro del proceso de innovación, ya que permite transformar la propuesta de valor y la solución planteada en una experiencia concreta para los usuarios. En esta fase se busca definir cómo funcionará el servicio, qué interacciones se producirán entre los distintos actores involucrados y de qué manera el usuario experimentará la solución a lo largo de su recorrido. De esta manera, el diseño del servicio permite estructurar la experiencia del usuario y visualizar cómo se articulan los distintos elementos que conforman el sistema del servicio. Diversas investigaciones sobre desarrollo turístico señalan que comprender las interacciones entre visitantes, servicios y actores locales resulta fundamental para diseñar experiencias turísticas que respondan a las necesidades de los usuarios y del territorio (Chuquivilca Arias, 2022).

En el contexto del presente proyecto, el diseño del servicio se orienta a estructurar la experiencia turística de los visitantes en el distrito de Pachacámac mediante el uso de la aplicación PachaRuta, la cual funciona como una herramienta de acompañamiento digital durante el recorrido. A través de esta plataforma, el visitante puede acceder a rutas sugeridas que integran distintos tipos de atractivos del territorio, permitiendo planificar su visita de manera más organizada y aprovechar mejor el tiempo disponible durante su estancia. El uso de aplicaciones móviles en turismo permite precisamente facilitar el acceso a información

y mejorar la organización de las actividades durante el viaje (López, 2021).

El servicio propuesto se basa en la interacción entre tres componentes principales: el visitante, la aplicación digital y el ecosistema turístico del territorio. En primer lugar, el visitante interactúa con la aplicación al momento de planificar su recorrido, ingresando información relacionada con la duración de su visita y sus preferencias de experiencia turística. A partir de estos datos, la aplicación genera rutas sugeridas que integran diferentes puntos de interés del distrito, facilitando la organización del recorrido de acuerdo con el tiempo disponible y los intereses del usuario.

En segundo lugar, la aplicación funciona como un medio de conexión entre el visitante y los distintos actores que forman parte del ecosistema turístico local. A través de la información disponible en la plataforma, el usuario puede conocer los diferentes espacios gastronómicos, culturales, paisajísticos, artesanales y recreativos que forman parte del territorio. Esto permite ampliar las opciones de actividades durante la visita y contribuir a una mayor visibilización de los emprendimientos locales. La incorporación de herramientas digitales en la gestión turística también permite mejorar la difusión de los atractivos del territorio y facilitar el acceso a información relevante para los visitantes (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

Por otro lado, el diseño del servicio considera las diferentes etapas que conforman la experiencia del visitante. Estas etapas incluyen la planificación previa al recorrido, el desarrollo de la experiencia dentro del territorio y la finalización de la visita. En cada una de estas fases se generan distintos puntos de contacto entre el usuario y la aplicación, los cuales permiten orientar al visitante durante su desplazamiento y facilitar la toma de decisiones a lo largo de la experiencia.

Asimismo, el diseño del servicio permite visualizar cómo se articulan las interacciones entre los distintos actores del sistema turístico del territorio. En este sentido, la aplicación no solo actúa como una herramienta de orientación para el visitante, sino también como un medio que facilita la conexión entre los usuarios y los actores locales que participan en la oferta turística del distrito de Pachacámac. Este tipo de articulación entre actores del territorio es considerado un factor importante para fortalecer el desarrollo de destinos turísticos y mejorar la experiencia del visitante (Ramos Guevara, 2024).

Desde una perspectiva metodológica, el diseño del servicio se desarrolla a partir de herramientas propias del service design, las cuales permiten representar de manera estructurada las interacciones que se producen dentro del sistema del servicio. Estas herramientas facilitan la comprensión de la experiencia del usuario, la identificación de los puntos de contacto entre los actores involucrados y el análisis de los procesos que hacen posible la prestación del servicio.

Entre las principales herramientas utilizadas en esta etapa se encuentran el blueprint de servicio, los artefactos del servicio y los experimentos de validación, los cuales permiten visualizar cómo funciona la propuesta en la práctica y evaluar su pertinencia dentro del contexto del proyecto. A través de estos instrumentos es posible representar el funcionamiento del servicio, analizar las interacciones entre los distintos actores del sistema y explorar la manera en que los usuarios experimentan la solución propuesta.

En este sentido, el diseño del servicio permite transformar la propuesta conceptual de PachaRuta en una experiencia concreta que organiza la interacción entre el visitante, la aplicación digital y los actores del ecosistema turístico local. Este proceso resulta fundamental para comprender cómo se materializa la solución planteada y cómo contribuye a mejorar la organización de la experiencia turística dentro del territorio.

Además, el uso de tecnologías digitales dentro del turismo permite facilitar el acceso a información y mejorar la interacción entre los usuarios y los servicios disponibles en el destino (Salamanca Garay & Sagredo Lillo, 2022).

2.3.1. Blueprint del servicio

El blueprint del servicio es una herramienta de diseño que permite visualizar de manera estructurada cómo se desarrolla la experiencia del usuario dentro de un servicio, identificando las interacciones entre los distintos actores involucrados, los puntos de contacto y los procesos que permiten que el servicio funcione. A través de esta herramienta es posible analizar tanto las acciones visibles para el usuario como las actividades internas que ocurren en segundo plano para que la experiencia se lleve a cabo de manera adecuada.

En el caso del proyecto PachaRuta, el blueprint del servicio permite representar la interacción entre el visitante, la aplicación móvil y los distintos actores del ecosistema turístico del distrito de Pachacámac. Este modelo se organiza en tres momentos principales que corresponden a las fases de la experiencia turística: antes del recorrido, durante la visita y después de la experiencia.

En la fase antes del recorrido, el visitante entra en contacto con la propuesta a través de distintos puntos de acceso, como redes sociales, contenidos digitales o elementos físicos ubicados en el territorio, como tótems o flyers con códigos QR. Estos elementos funcionan como mecanismos de descubrimiento que invitan al visitante a conocer la aplicación. Una vez escaneado el código QR o encontrada la aplicación en las tiendas digitales, el usuario

descarga PachaRuta en su dispositivo móvil e inicia el proceso de registro dentro de la plataforma.

Posteriormente, el usuario personaliza su experiencia dentro de la aplicación. En esta etapa introduce información relevante que permite configurar su recorrido, como el tiempo disponible para la visita y sus preferencias de experiencia, entre las que se incluyen categorías como turismo cultural, gastronómico, paisajístico, artesanal o de aventura. A partir de estos datos, el sistema genera rutas sugeridas que organizan los diferentes puntos de interés del territorio de acuerdo con el tiempo disponible y los intereses del visitante.

Durante la fase de la experiencia en el territorio, el visitante utiliza la aplicación como guía digital para recorrer los diferentes puntos del itinerario. La aplicación presenta un mapa interactivo con geolocalización, el cual permite visualizar la ubicación del visitante y los distintos atractivos que forman parte de la ruta sugerida. A medida que el usuario se desplaza por el territorio, la aplicación proporciona información contextual sobre los lugares visitados, así como recomendaciones de restaurantes, miradores o actividades cercanas que pueden complementar la experiencia.

En esta etapa también se generan interacciones con actores locales del ecosistema turístico, como restaurantes aliados, emprendimientos artesanales o personal de los atractivos turísticos. Estos actores contribuyen a enriquecer la experiencia del visitante mediante servicios complementarios, recomendaciones y actividades que forman parte del recorrido.

Finalmente, en la fase posterior al recorrido, la aplicación permite al visitante acceder a un resumen de la experiencia realizada. En

esta etapa se genera una bitácora digital del viaje, donde el usuario puede visualizar los lugares visitados, las fotografías tomadas durante el recorrido y los momentos registrados en la experiencia. Asimismo, la aplicación genera automáticamente un collage del viaje, que funciona como un recuerdo visual del recorrido realizado en Pachacámac.

Esta fase también incluye funcionalidades de retroalimentación y socialización de la experiencia, ya que el visitante puede compartir su recorrido en redes sociales, recomendar el destino a otras personas y completar una encuesta de satisfacción dentro de la aplicación. De esta manera, el blueprint del servicio permite comprender cómo se articula la experiencia turística a través de la interacción entre el visitante, la tecnología y el territorio.

Figura 15. Blueprint del servicio PachaRuta

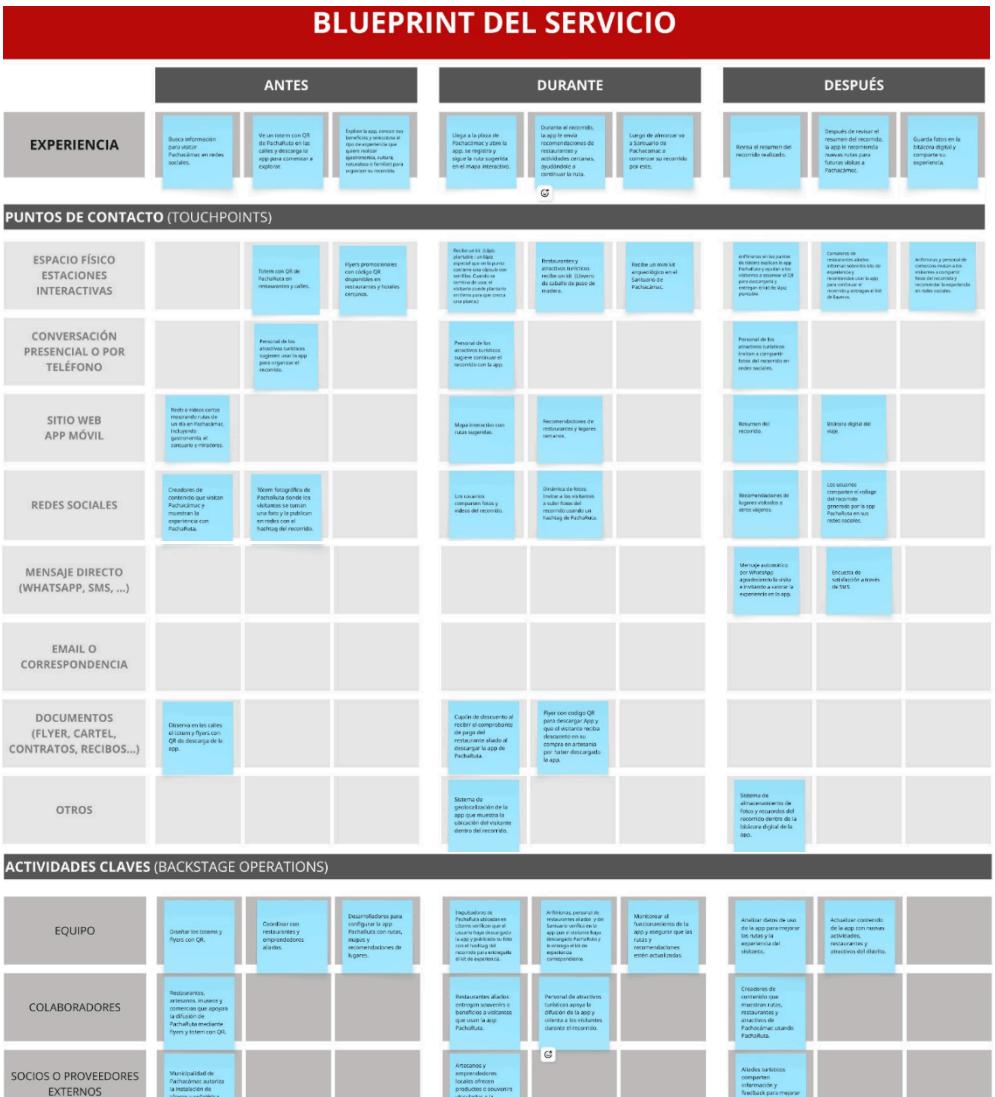
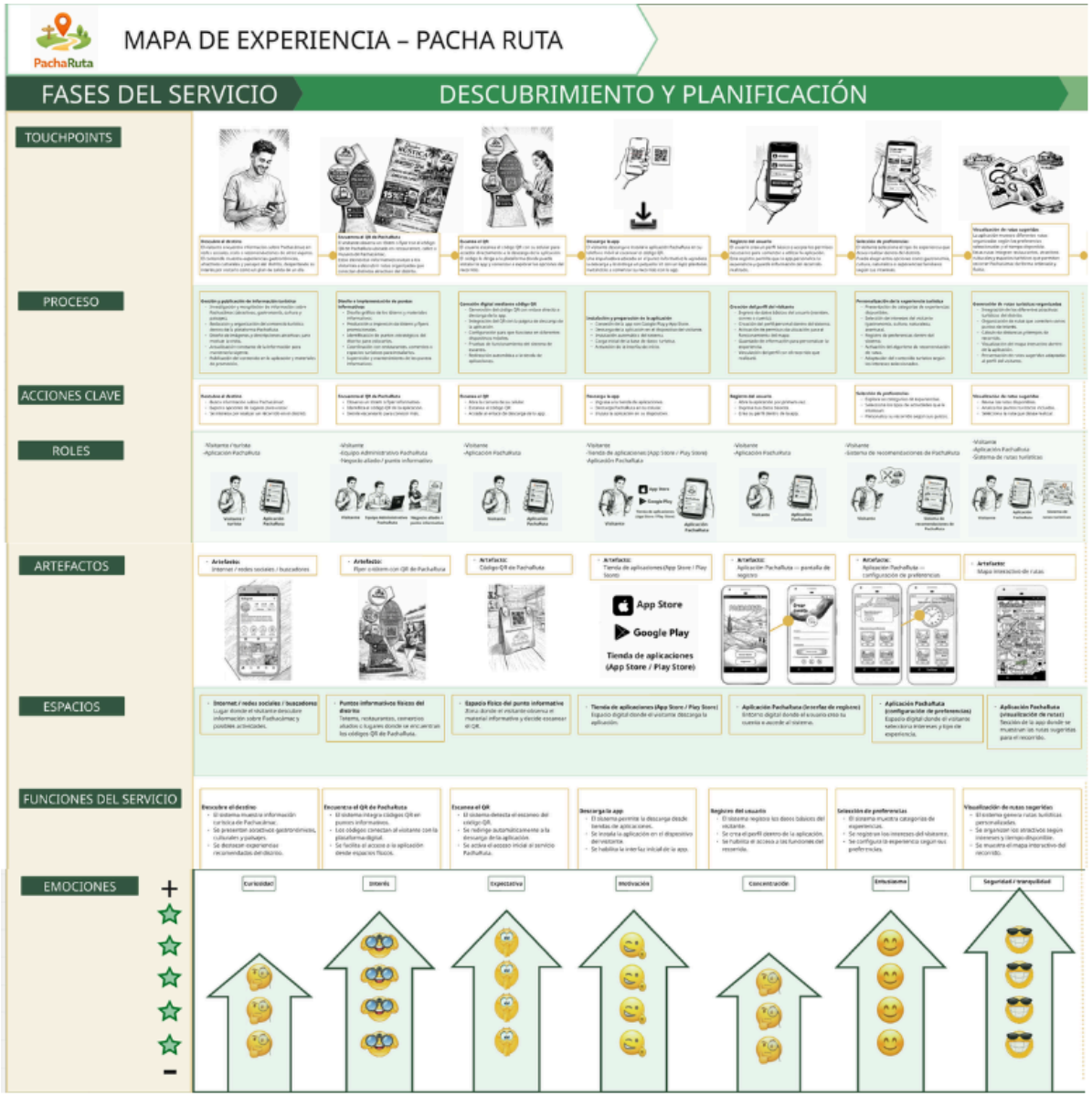
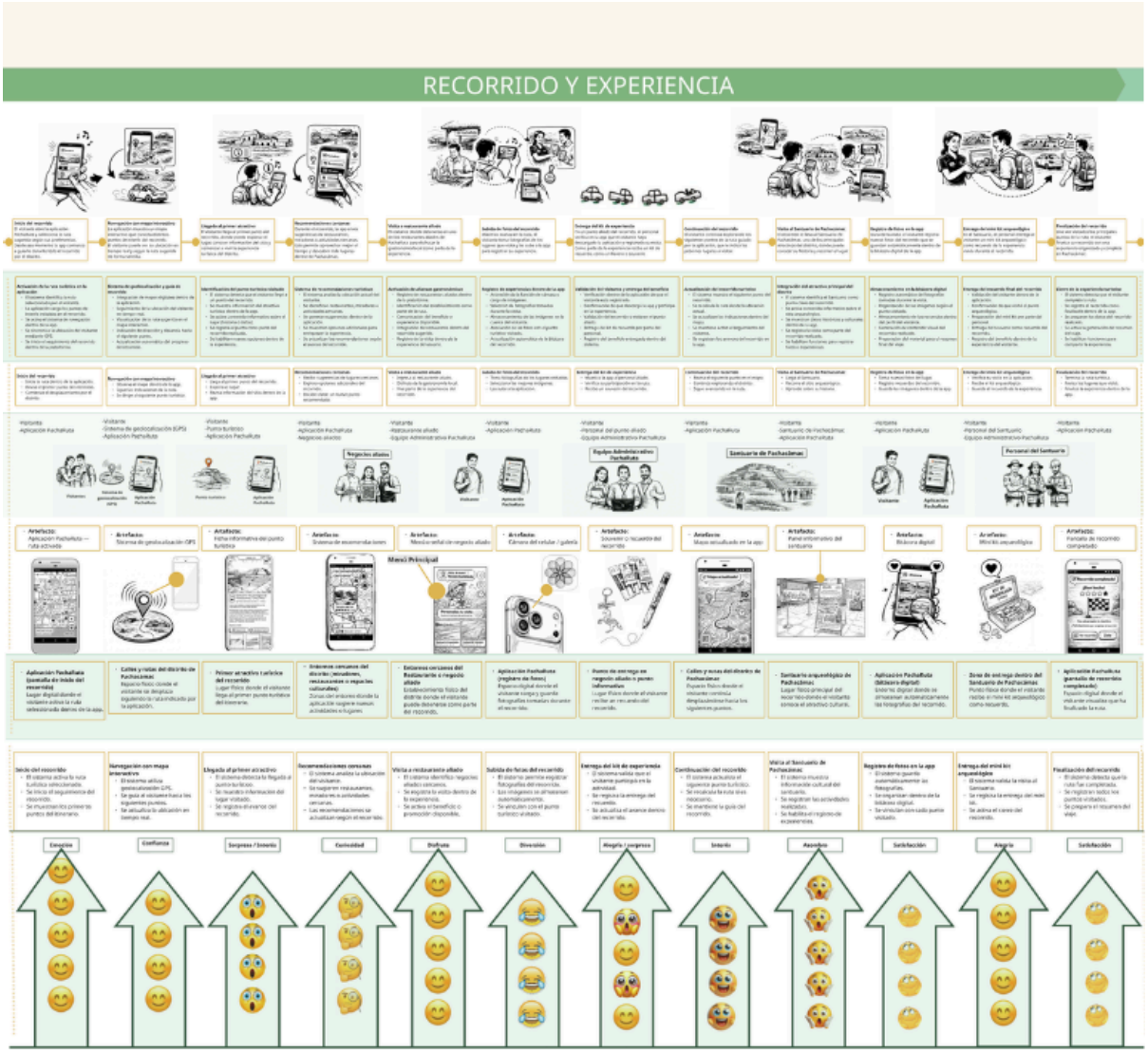
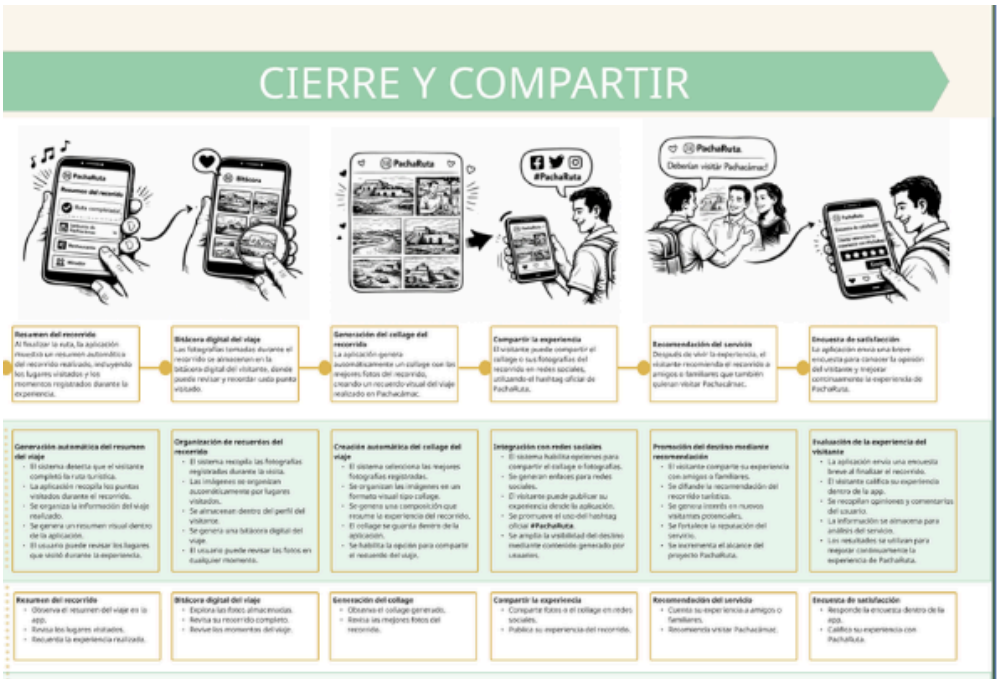


Figura 16. Mapa completo de experiencia del servicio PachaRuta




RECORRIDO Y EXPERIENCIA


CIERRE Y COMPARTIR

2.3.2. Artefacto(s)

Los artefactos del servicio corresponden a los elementos tangibles y digitales que permiten materializar la experiencia del usuario dentro del sistema del servicio. Estos artefactos funcionan como soportes que facilitan la interacción entre los usuarios y la propuesta de valor, permitiendo que el servicio se desarrolle de manera organizada y comprensible para los distintos actores involucrados.

En el caso de PachaRuta, los artefactos del servicio se dividen en tres grandes categorías: artefactos de acceso al servicio, artefactos digitales de interacción y artefactos de registro de la experiencia.

En primer lugar, los artefactos de acceso al servicio corresponden a los elementos que permiten a los visitantes descubrir la aplicación e iniciar su interacción con la plataforma. Entre estos artefactos se encuentran los tótems informativos y flyers con códigos QR ubicados en distintos puntos del distrito, como restaurantes, museos, hoteles o espacios turísticos. Estos elementos funcionan como puntos de acceso físico que facilitan la conexión entre el entorno urbano y la plataforma digital.

En segundo lugar, los artefactos digitales de interacción corresponden a las interfaces de la aplicación móvil que permiten al usuario planificar y desarrollar su recorrido dentro del territorio. Entre estos artefactos se encuentran las pantallas de registro de usuario, selección de preferencias de experiencia, personalización del tiempo disponible para la visita y visualización de rutas sugeridas. Asimismo, la aplicación incluye herramientas como el mapa interactivo con geolocalización, fichas informativas de los

atractivos turísticos y sistemas de recomendación de actividades cercanas.

Finalmente, los artefactos de registro de la experiencia corresponden a los elementos que permiten documentar y recordar la experiencia vivida por el visitante. Entre estos artefactos se encuentran la bitácora digital del recorrido, donde se registran los lugares visitados y las fotografías tomadas durante la experiencia, así como el collage automático del viaje, que organiza las imágenes capturadas durante el recorrido en un formato visual que el visitante puede guardar o compartir.

Estos artefactos permiten estructurar la experiencia del usuario a lo largo de todo el recorrido turístico, facilitando la interacción entre el visitante, la aplicación y el territorio.

2.3.3. Experimentos

La etapa de experimentación tiene como finalidad evaluar el funcionamiento y la pertinencia de la solución propuesta a través de la interacción de usuarios reales con el prototipo del servicio. En el presente proyecto se desarrolló un prototipo interactivo de la aplicación PachaRuta, el cual permitió simular la experiencia de uso de la herramienta digital y analizar la manera en que los usuarios comprenden, utilizan y valoran sus principales funcionalidades.

El prototipo incluyó las pantallas principales que conforman la experiencia del servicio, tales como la pantalla de inicio, el registro de usuario, la selección de preferencias de experiencia (cultural, gastronómica, paisajística, artesanal o de aventura), la selección del tiempo disponible para el recorrido y la generación automática de rutas sugeridas dentro del distrito de Pachacámac. Asimismo, el

prototipo permitió visualizar el funcionamiento del mapa interactivo, las fichas informativas de los atractivos turísticos, la guía paso a paso durante el recorrido y herramientas complementarias como la bitácora digital, el collage de recuerdos del viaje y el apartado de actividades mensuales del distrito.

Con el objetivo de evaluar la experiencia de uso del prototipo, se aplicó un proceso de validación mediante dos encuestas dirigidas a potenciales usuarios del servicio. Este proceso permitió recoger opiniones sobre la claridad de la propuesta, la utilidad de las funciones de la aplicación y la percepción general de la experiencia de uso.

• Primera encuesta de validación :

La primera encuesta se realizó una vez finalizada la primera versión del prototipo de la aplicación, con el propósito de evaluar la comprensión de la propuesta de valor y analizar la percepción de los usuarios frente a las funcionalidades principales del servicio.

La encuesta fue aplicada a 10 participantes, quienes interactuaron previamente con el prototipo de la aplicación y posteriormente respondieron un cuestionario orientado a evaluar aspectos como la claridad de la propuesta, la facilidad de uso de la interfaz, la utilidad de las rutas sugeridas y la percepción de control sobre el recorrido.

Figura 17. Resultados generales de la primera encuesta aplicada a los usuarios del prototipo.

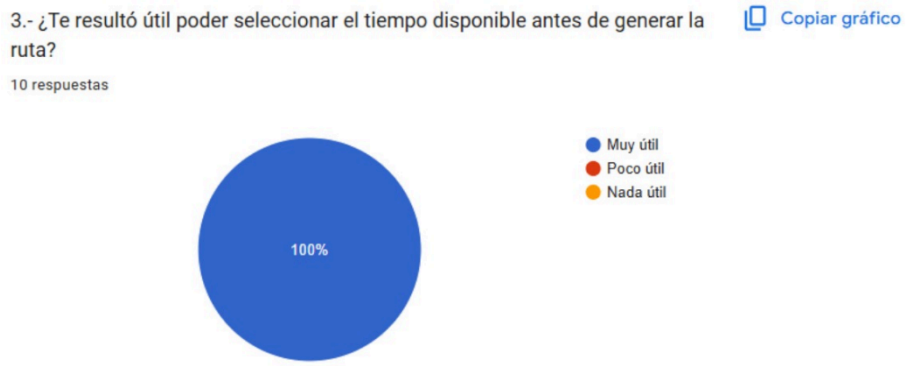


Los resultados obtenidos permitieron identificar diversos hallazgos relevantes. En primer lugar, el 100 % de los participantes indicó haber comprendido claramente el problema que busca resolver PachaRuta, lo que evidencia que la propuesta de valor del servicio resulta comprensible para los usuarios desde la primera interacción con la aplicación.

Asimismo, el 100 % de los encuestados consideró sencillo el proceso de registro o inicio de sesión, lo que demuestra que el flujo inicial de interacción con la aplicación resulta claro y accesible para los usuarios.

En relación con la funcionalidad principal de la aplicación, el 100 % de los participantes indicó que la opción de seleccionar el tiempo disponible antes de generar la ruta resulta muy útil, lo cual valida uno de los principios fundamentales del servicio: organizar la experiencia turística en función del tiempo disponible del visitante.

Figura 18. Resultados de la percepción sobre la utilidad de seleccionar el tiempo antes de generar la ruta.



Otro resultado relevante se relaciona con la generación automática de rutas. El 90 % de los participantes manifestó preferir que la aplicación sugiera automáticamente una ruta adaptada a su tiempo disponible, mientras que solo el 10 % indicó preferir planificar su

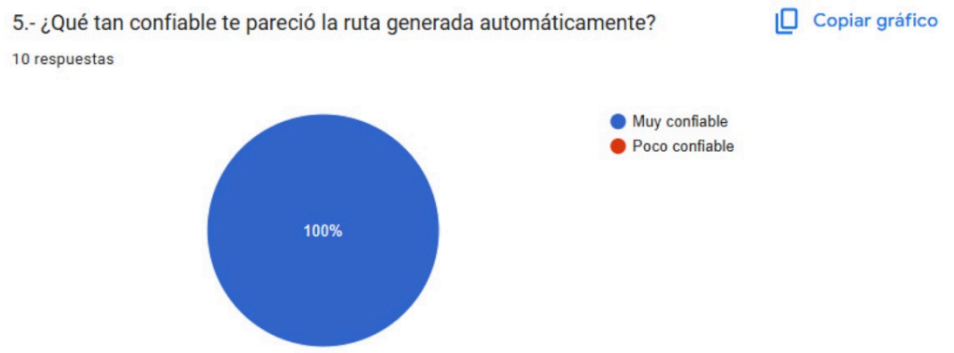
recorrido desde cero. Este resultado evidencia que los usuarios valoran la automatización del proceso de planificación del recorrido.

Figura 19. Preferencia de los usuarios sobre rutas automáticas adaptadas al tiempo disponible.



De igual manera, el 100 % de los participantes consideró confiable la ruta generada automáticamente por la aplicación, lo que demuestra una alta aceptación del sistema de organización del recorrido propuesto por el servicio.

Figura 20. Nivel de confianza de los usuarios en la ruta generada automáticamente.



Respecto al acompañamiento durante el recorrido, el 90 % de los usuarios señaló que una guía paso a paso en tiempo real les permitiría sentirse más orientados durante la visita, mientras que el 100 % afirmó que la visualización del tiempo restante durante el recorrido genera mayor sensación de control sobre la experiencia.

Figura 21. Percepción de orientación mediante guía paso a paso y control del tiempo durante el recorrido.



A partir del análisis de los resultados obtenidos en la primera encuesta, se realizaron diversas mejoras en el diseño del prototipo con el objetivo de fortalecer la experiencia de uso del servicio. Entre las principales mejoras implementadas se encuentran:

- Incorporación de un sistema de alertas antes de modificar la ruta por imprevistos

- Desarrollo de una bitácora digital en tiempo real

- Integración de una función de collage automático de fotografías

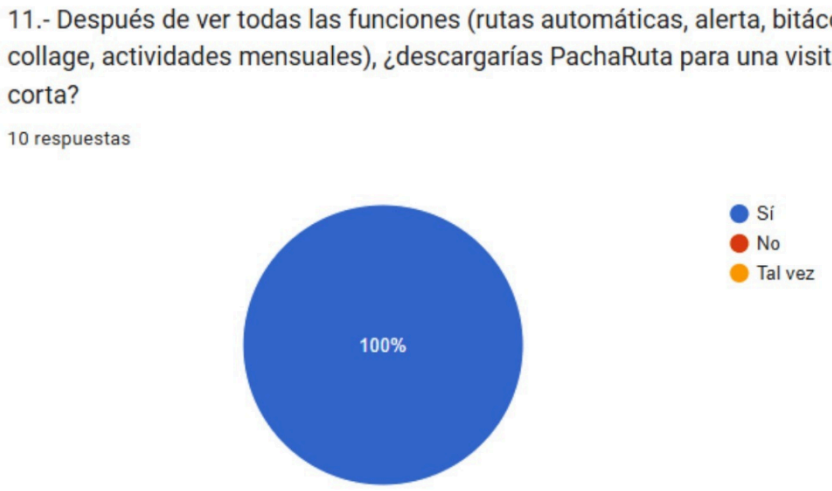
- Incorporación de actividades mensuales del distrito

- Mejora en la explicación del sistema de reorganización automática de rutas

• Segunda encuesta de validación :

Una vez implementadas las mejoras en el prototipo, se realizó una segunda encuesta de validación con el objetivo de evaluar la percepción de los usuarios frente a las nuevas funcionalidades incorporadas en la aplicación.

Figura 22. Resultados generales de la segunda encuesta aplicada tras las mejoras del prototipo.



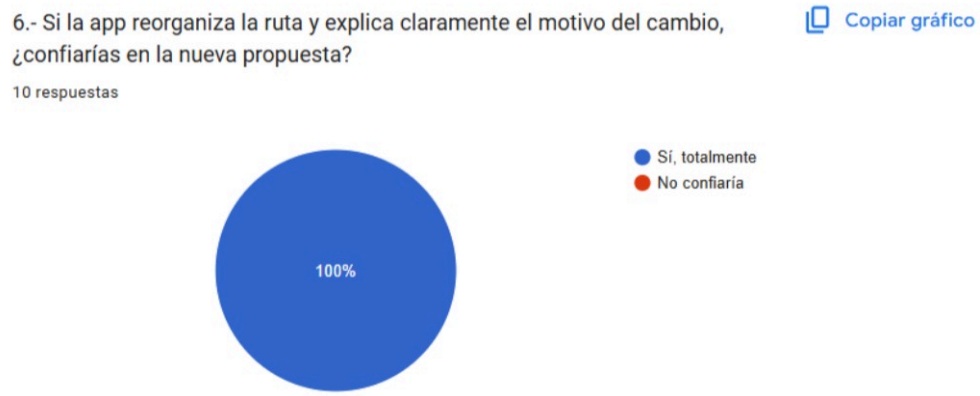
Nota. Elaboración propia a partir de encuesta aplicada a usuarios del prototipo PachaRuta.

Los resultados obtenidos muestran una valoración altamente positiva de las mejoras implementadas. El 100 % de los participantes señaló que comprendió claramente lo que ofrece la aplicación, mientras que el 100 % consideró sencillo el proceso de registro dentro del sistema.

Asimismo, el 100 % de los participantes consideró muy útil la opción de seleccionar el tiempo disponible antes de generar la ruta, confirmando la importancia de esta funcionalidad dentro de la experiencia del servicio.

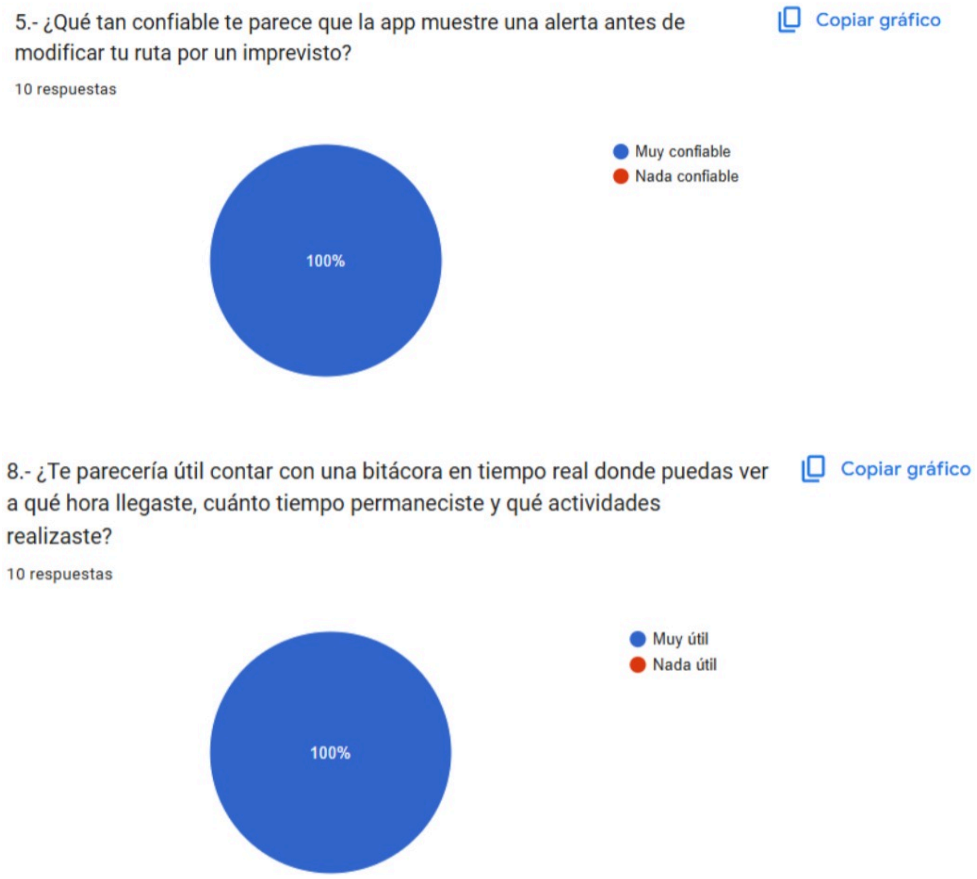
En relación con la organización del recorrido, el 90 % de los usuarios manifestó preferir que la aplicación genere automáticamente una ruta adaptada a su tiempo disponible.

Figura 23. Preferencia de los usuarios por rutas automáticas adaptadas al tiempo disponible.



El 100 % de los participantes indicó confiar en la aplicación si esta reorganiza la ruta ante un imprevisto y explica claramente el motivo del cambio.

Figura 24. Nivel de confianza de los usuarios ante la reorganización automática de la ruta.



Asimismo, el 100 % de los usuarios consideró muy útil la incorporación de una bitácora en tiempo real, mientras que el 100 % manifestó interés en subir fotografías durante el recorrido para generar automáticamente un collage compartible.

Figura 25. Valoración de nuevas funcionalidades: bitácora digital, collage y actividades mensuales.



2.4. Resumen del Proyecto de Innovación

El presente proyecto de innovación surge a partir del análisis de la experiencia de los visitantes nacionales interesados en turismo alternativo en el distrito de Pachacámac, ubicado en la zona sur de Lima Metropolitana. A pesar de que el distrito posee una amplia diversidad de recursos turísticos que incluyen patrimonio arqueológico, gastronomía local, espacios naturales, emprendimientos rurales y actividades culturales, muchos visitantes suelen concentrar su recorrido en pocos lugares debido a la falta de información clara y a la ausencia de herramientas que faciliten la planificación del recorrido dentro del territorio.

Esta situación genera experiencias turísticas desconectadas, pérdida de tiempo durante la visita y una limitada exploración de los diferentes atractivos del distrito. Asimismo, la desinformación sobre las actividades disponibles y la falta de integración entre los distintos puntos de interés del destino dificultan que los visitantes puedan organizar su recorrido de manera eficiente, lo que reduce el aprovechamiento del potencial turístico del territorio y limita la visibilidad de los actores locales que forman parte del ecosistema turístico de Pachacámac. Estudios recientes señalan que el acceso a información turística clara y actualizada influye directamente en la calidad de la experiencia del visitante, ya que facilita la planificación

del viaje, mejora la toma de decisiones durante el recorrido y contribuye a optimizar el uso del tiempo disponible en el destino (López, 2024).

Frente a esta problemática, el proyecto propone el desarrollo de PachaRuta, un sistema digital de planificación y acompañamiento de rutas turísticas diseñado para ayudar a los visitantes a organizar su experiencia dentro del distrito de Pachacámac. La propuesta consiste en una aplicación móvil que integra información turística del territorio y permite generar rutas personalizadas en función del tiempo disponible del visitante, sus intereses y el tipo de experiencia que desea realizar. El uso de herramientas digitales en el turismo ha demostrado tener un impacto significativo en la forma en que los visitantes planifican y experimentan los destinos, facilitando el acceso a información en tiempo real y mejorando la organización de las actividades durante el viaje (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

El sistema permite al usuario seleccionar diferentes tipos de experiencias, como rutas culturales, gastronómicas o de exploración del entorno natural, y a partir de esta información genera un itinerario organizado que conecta diversos atractivos del distrito. Durante el recorrido, la aplicación ofrece acompañamiento en tiempo real mediante geolocalización, orientación paso a paso y recomendaciones de lugares cercanos que pueden enriquecer la experiencia del visitante. Este tipo de soluciones se relaciona con el uso de tecnologías digitales aplicadas al turismo, las cuales permiten centralizar información, personalizar servicios y mejorar la experiencia del usuario dentro del destino (Hernández, 2021; Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

Además, la plataforma incluye un sistema de reorganización automática del recorrido que permite adaptar la ruta ante posibles cambios o imprevistos durante la visita, ayudando al usuario a optimizar el uso de su tiempo. Asimismo, incorpora funcionalidades como una bitácora digital del

viaje y la posibilidad de descubrir actividades locales o eventos temporales dentro del distrito, lo cual favorece una experiencia más completa e interactiva. Estas características permiten no solo mejorar la organización del recorrido, sino también incentivar la exploración de diferentes espacios del territorio, contribuyendo a distribuir mejor el flujo de visitantes dentro del destino. Esta lógica de articulación y mejor aprovechamiento del territorio se vincula con estudios que destacan la importancia de integrar actores, recursos y experiencias para fortalecer el desarrollo turístico local (Gascón, 2022; Ramos Guevara, 2024).

De esta manera, PachaRuta busca mejorar la organización del recorrido turístico, reducir la desinformación que enfrentan muchos visitantes al planificar su visita y promover una exploración más amplia del territorio. Al facilitar el acceso a información clara e integrada sobre los diferentes atractivos y actividades disponibles, la propuesta contribuye también a fortalecer la visibilidad de los emprendimientos locales y a impulsar un turismo más sostenible y articulado dentro del distrito de Pachacámac (Canales-Gutiérrez & Pacheco-Vizcarra, 2024).

Asimismo, el proyecto busca generar una relación de colaboración con los distintos actores locales del territorio, como restaurantes, hoteles, emprendimientos gastronómicos, espacios culturales, atractivos turísticos, guías comunitarios y otros servicios vinculados al turismo, con el fin de construir una red de valor compartido. A través de esta conexión, la aplicación no solo orienta a los visitantes hacia diferentes experiencias del distrito, sino que también contribuye a que los actores locales puedan ampliar su visibilidad y alcance, generando beneficios tanto para los visitantes como para los emprendimientos del territorio (Ramos Guevara, 2024).

Como parte de esta colaboración, los establecimientos aliados dentro de la plataforma pueden ofrecer promociones, beneficios o descuentos

especiales disponibles a través de la aplicación, los cuales pueden adaptarse a distintos tipos de ocasiones o preferencias de los visitantes, como experiencias gastronómicas, actividades familiares, celebraciones o recorridos temáticos. De esta manera, se genera un incentivo adicional para que los visitantes exploren diferentes espacios del distrito mientras se fortalece la conexión entre la plataforma digital y los actores locales que forman parte de la oferta turística de Pachacámac.

En este sentido, la propuesta promueve una interacción más integrada entre los visitantes, la plataforma digital y los actores locales, fortaleciendo el ecosistema turístico del distrito y fomentando una mayor articulación entre los distintos elementos que conforman la oferta turística del territorio (Gascón, 2022; Chuquivilca Arias, 2022).

Asimismo, el proyecto plantea un modelo de sostenibilidad que permite asegurar la viabilidad del servicio en el largo plazo. La aplicación PachaRuta se propone como una herramienta gratuita para los visitantes, con el objetivo de facilitar su descarga y promover un mayor uso durante la visita al distrito. Para cubrir los costos asociados al mantenimiento de la plataforma y a las acciones de promoción del servicio, se plantea un modelo de participación de los emprendedores locales como restaurantes, museos y artesanos quienes pueden integrarse a la aplicación mediante una suscripción mensual que les permite aparecer dentro de las rutas sugeridas y recomendaciones del sistema. De esta manera, se genera un modelo de valor compartido en el que los visitantes acceden gratuitamente a la aplicación mientras que los actores locales fortalecen su visibilidad y oportunidades de atraer nuevos clientes.

Finalmente, el proyecto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Producción y consumo responsables, particularmente con la meta 12.b, al promover una propuesta que busca fortalecer un turismo más

sostenible, generar oportunidades para los actores locales y dar mayor visibilidad a la cultura y a los productos del territorio (ICCROM, s. f.).

III. Conclusiones y recomendaciones

2.1. Conclusiones

El desarrollo del presente proyecto permitió comprender las dificultades que enfrentan muchos visitantes al momento de organizar su recorrido en el distrito de Pachacámac. A partir del proceso de investigación, que incluyó exploración de campo y entrevistas a actores involucrados en la experiencia turística, se identificó que la falta de información integrada y la limitada conexión entre los distintos atractivos del territorio generan desorientación durante la visita, pérdida de tiempo en la planificación del recorrido y una experiencia turística fragmentada que limita el aprovechamiento de la diversidad cultural, gastronómica y paisajística del distrito.

A partir de estos hallazgos se formuló el reto de diseño y se desarrolló la propuesta de innovación PachaRuta, una aplicación móvil orientada a mejorar la organización de la experiencia turística mediante la generación de rutas personalizadas según el tiempo disponible del visitante y sus preferencias de experiencia. Esta herramienta permite integrar distintos tipos de atractivos dentro de un mismo recorrido y ofrecer acompañamiento digital durante la visita, facilitando la planificación del recorrido y reduciendo la incertidumbre durante el desplazamiento dentro del territorio.

El proceso de diseño del servicio se desarrolló utilizando la metodología Toulouse Thinking, la cual permitió estructurar el proyecto a partir de las etapas de investigación, ideación, desarrollo y experimentación, facilitando la comprensión del problema desde la perspectiva del usuario y orientando la creación de una solución centrada en sus necesidades (Toulouse Lautrec, 2025). Este enfoque permitió integrar herramientas de

diseño de servicios como el análisis de actores, el blueprint del servicio y la experimentación mediante prototipos, lo que contribuyó a visualizar de manera integral la interacción entre los visitantes, la aplicación y los actores del ecosistema turístico local.

Los resultados obtenidos durante la etapa de experimentación permitieron validar la propuesta de valor del servicio. A través de las encuestas aplicadas a usuarios potenciales se evidenció una alta aceptación de la aplicación, destacando principalmente la utilidad del sistema de generación automática de rutas según el tiempo disponible, la orientación paso a paso durante el recorrido y las herramientas que permiten registrar la experiencia del visitante, como la bitácora digital y el collage de recuerdos. Asimismo, las sugerencias recogidas durante la primera encuesta permitieron implementar mejoras en el prototipo, lo que contribuyó a optimizar la experiencia de uso del servicio y fortalecer su propuesta de valor.

Desde una perspectiva territorial, el proyecto demuestra que el uso de herramientas digitales puede contribuir significativamente a mejorar la organización de la experiencia turística dentro de los destinos. Las tecnologías digitales permiten fortalecer los sistemas de información turística, facilitar la planificación del viaje y mejorar la interacción entre los visitantes y los servicios disponibles en el destino (López, 2024; Serrano, 2024). En este sentido, PachaRuta propone una alternativa que permite integrar información turística dentro de una misma plataforma, orientar a los visitantes durante su recorrido y promover el descubrimiento de nuevos espacios del territorio.

Asimismo, la propuesta se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Producción y Consumo Responsables, particularmente con la meta 12.b, que promueve el desarrollo de herramientas que contribuyan al fortalecimiento del turismo sostenible mediante la valorización de la

cultura local y los productos del territorio (Naciones Unidas, 2022). A través de la integración de rutas que conectan distintos tipos de actividades dentro del distrito, la aplicación contribuye a visibilizar emprendimientos locales y a fomentar el consumo de experiencias turísticas vinculadas con la identidad cultural y productiva del territorio.

Finalmente, el proyecto plantea un modelo de sostenibilidad que permite asegurar la viabilidad del servicio en el largo plazo. La propuesta considera que la aplicación PachaRuta sea de acceso gratuito para los visitantes, con el fin de facilitar su descarga y promover un mayor alcance entre los turistas que visitan el distrito. Para cubrir los costos asociados al mantenimiento y actualización de la plataforma, se propone un modelo de participación de emprendedores locales, como restaurantes, artesanos, museos y operadores de experiencias turísticas, quienes pueden beneficiarse de la visibilidad que ofrece la aplicación al integrarse dentro de las rutas sugeridas y del ecosistema digital del destino. De esta manera, se genera un sistema de valor compartido en el cual los visitantes acceden gratuitamente a una herramienta que mejora la organización de su recorrido, mientras que los actores locales fortalecen su presencia dentro de la experiencia turística del territorio.

En conjunto, el proyecto demuestra que el diseño de servicios digitales orientados al turismo puede constituir una estrategia efectiva para mejorar la organización de la experiencia del visitante y fortalecer el desarrollo turístico local. A través de la integración de información, la generación de rutas estructuradas y el acompañamiento digital durante la visita, PachaRuta propone una forma más organizada de recorrer el distrito de Pachacámac, contribuyendo a transformar la experiencia turística en una visita más integrada, accesible y significativa para los visitantes.

2.2. Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos en el desarrollo del proyecto, se plantean algunas recomendaciones orientadas a fortalecer y ampliar el alcance de la propuesta de innovación.

En primer lugar, se recomienda continuar con el desarrollo técnico de la aplicación PachaRuta con el fin de implementar una versión funcional que pueda ser utilizada por los visitantes durante su recorrido en el distrito de Pachacámac. La construcción de una versión completamente operativa permitiría evaluar el funcionamiento del servicio en un contexto real de uso y analizar con mayor profundidad el comportamiento de los usuarios dentro de la plataforma.

Asimismo, se recomienda fortalecer la articulación con actores locales del ecosistema turístico del distrito, como emprendedores gastronómicos, artesanos, museos y operadores de experiencias turísticas. La participación activa de estos actores resulta fundamental para consolidar el modelo de sostenibilidad del servicio, ya que su integración dentro de la aplicación permitiría ampliar la diversidad de experiencias disponibles para los visitantes y fortalecer la visibilidad de los emprendimientos del territorio.

También se sugiere considerar la incorporación de nuevas funcionalidades dentro de la aplicación que permitan enriquecer la experiencia del usuario, como la integración de sistemas de geolocalización más precisos, información actualizada sobre eventos o festividades locales y herramientas que faciliten la interacción entre los visitantes y los emprendimientos turísticos del distrito.

De igual manera, se recomienda desarrollar futuras investigaciones que permitan analizar el impacto de herramientas digitales en la organización de la experiencia turística dentro de territorios rurales y periurbanos. Este tipo de estudios contribuiría a comprender mejor cómo las tecnologías

digitales pueden fortalecer la gestión de los destinos turísticos y promover una mayor integración entre los distintos actores del territorio.

Finalmente, se sugiere evaluar la posibilidad de replicar el modelo de servicio propuesto en otros destinos turísticos que presenten características similares, donde exista una diversidad de atractivos culturales, gastronómicos y naturales que no se encuentren plenamente integrados dentro de la experiencia turística. La aplicación de herramientas digitales como PachaRuta podría contribuir a mejorar la organización de la experiencia del visitante y promover el desarrollo de iniciativas de turismo sostenible en distintos territorios.

IV. Referencias Bibliográficas

Canales-Gutiérrez, C., & Pacheco-Vizcarra, M. (2024).
Turismo experiencial y su impacto positivo en las comunidades locales. *Revista de estudios turísticos*
https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/37270/PS_22_02_%282024%29_10.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chuquivilca Arias, D. E. (2022).
Turismo comunitario y desarrollo local en territorios rurales [Monografía].
Universidad Nacional del Centro del Perú.
https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9677178

Gascón, J. (2022).
Turismo comunitario y desarrollo territorial en América Latina. *Revista Latinoamericana de Turismo.* **https://orcid.org/0000-0002-0947-614X**

Hernández, R. (2021).

Tecnologías digitales aplicadas al turismo y comportamiento del turista en entornos digitales. *Revista Iberoamericana de Turismo.* *https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1497*

ICCROM. (2023).
ODS 12.b: Desarrollar y aplicar herramientas para vigilar el turismo sostenible. https://ocm.iccrom.org/es/sdgs/ods-12-produccion-y-consumo-responsables/ods-12b-desarrollar-y-aplicar-herramientas-para

López, C. A. (2024).
Turismo experiencial y su impacto positivo en las comunidades locales: Claves para un turismo transformador a través de la inversión sostenible. *Revista Científica de Turismo.*

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2025).
Plan General de Desarrollo Turístico 2025–2027. Gobierno del Perú.

Ramos Guevara, Y. M. (2024).
Turismo comunitario y desarrollo sostenible en territorios rurales [Tesis universitaria]. Universidad Técnica de Machala.

Salamanca Garay, C., & Sagredo Lillo, C. (2022).
Uso de tecnologías digitales en el comportamiento turístico contemporáneo. *Revista de Turismo y Sociedad.*

Serrano, L. (2024).
Innovación tecnológica y experiencia turística en destinos emergentes. *Journal de Turismo Digital.*

Toulouse Lautrec. (2021).

Toulouse Thinking: Metodología de innovación centrada en el usuario. Instituto Toulouse Lautrec.

V. Anexos

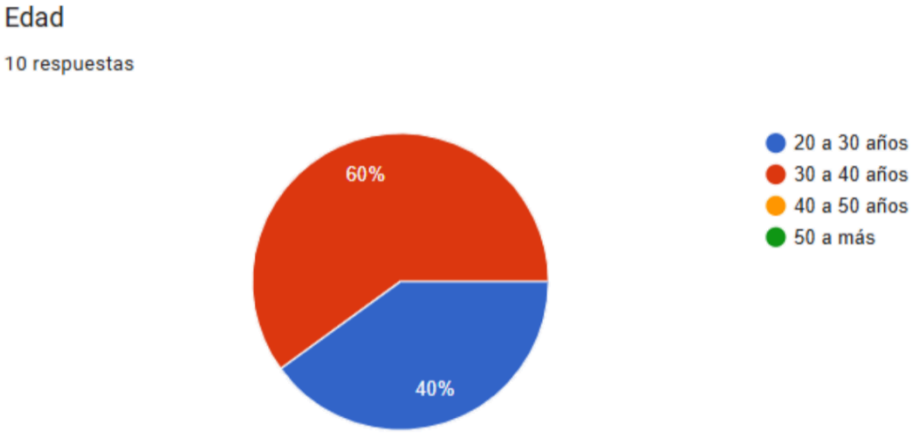
4.1. Primera encuesta de validación del prototipo – primera fase

El presente anexo muestra los resultados de la primera encuesta de validación realizada a potenciales usuarios de la aplicación PachaRuta. Esta encuesta tuvo como objetivo evaluar la comprensión de la propuesta, la claridad de la interfaz y la percepción de utilidad de las principales funcionalidades de la aplicación.

La encuesta fue aplicada a diez participantes, quienes interactuaron previamente con el prototipo de la aplicación y posteriormente respondieron un cuestionario orientado a analizar aspectos como el proceso de registro, la utilidad de la selección del tiempo para generar la ruta y la percepción de orientación durante el recorrido.

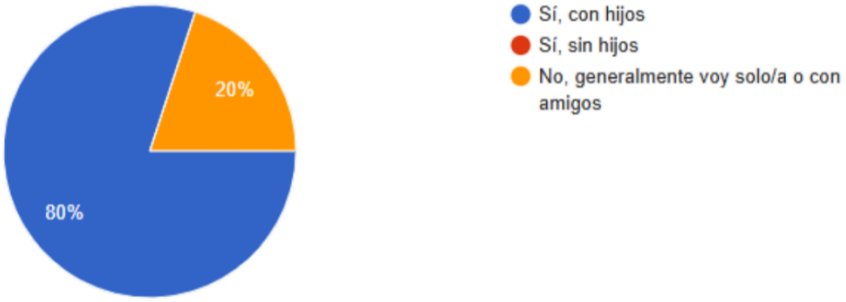
Entrevistados:

- Macarena Navarrete
- Gilbert Sáenz Suárez
- Juan Carlos Yaranga Rico
- Ciro Silvera Ramos
- Yumitza Reyes Canchanya
- Cyndel Salazar Castillo
- Fabiana Jorge Azurza
- Jerry Luyo Navarrete
- Juan Carlos Bravo Escriba
- Hugo Hashiguchi Saldaña



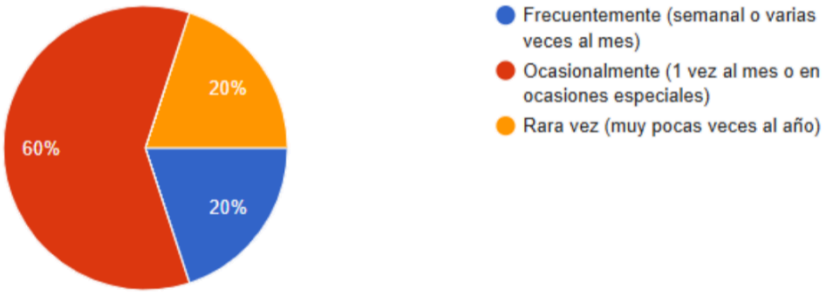
¿Sueles realizar actividades recreativas en familia?

10 respuestas



¿Con qué frecuencia dispones de tiempo libre para realizar salidas recreativas?

10 respuestas



Las siguientes preguntas se realizaron con el objetivo de conocer algunas características generales de los participantes, como su edad, hábitos de recreación y disponibilidad de tiempo libre, con el fin de comprender mejor el contexto de los entrevistados.

•Preguntas de la primera encuesta :

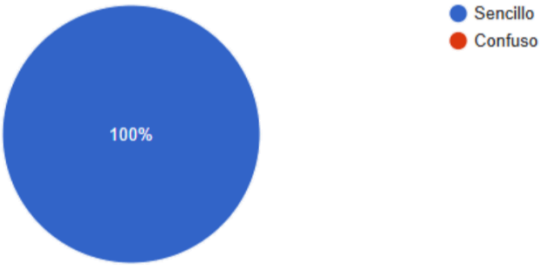
1.- Después de ver la pantalla de inicio, ¿entendiste claramente qué problema resuelve PachaRuta?

10 respuestas



2.- ¿El proceso de iniciar sesión o crear cuenta te pareció sencillo?

10 respuestas



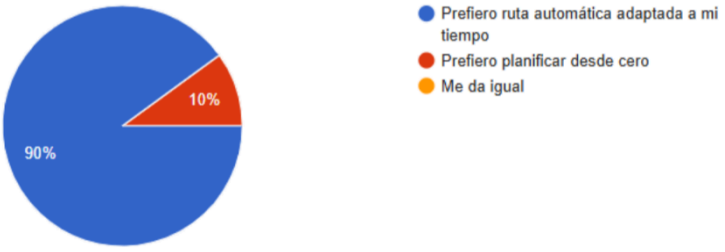
3.- ¿Te resultó útil poder seleccionar el tiempo disponible antes de generar la ruta?

10 respuestas



4.- ¿Prefieres que la app te sugiera automáticamente una ruta adaptada a tu tiempo o planificarla desde cero?

10 respuestas



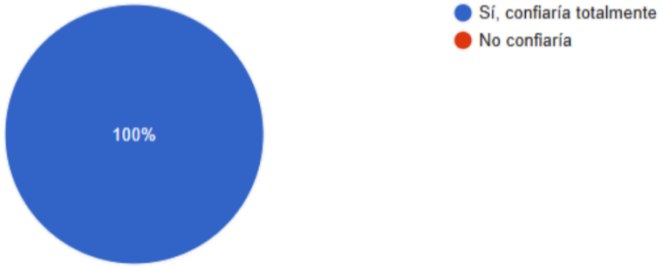
5.- ¿Qué tan confiable te pareció la ruta generada automáticamente?

10 respuestas



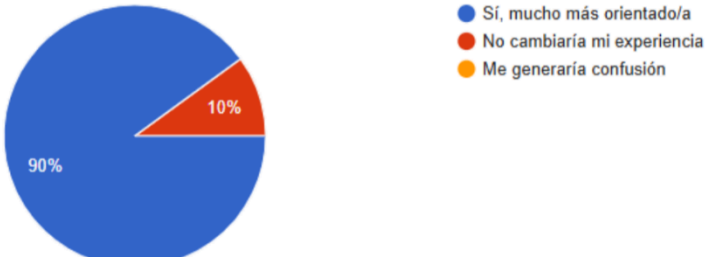
6.- Si la app reorganiza tu ruta por un imprevisto y te explica el motivo, ¿confiarías en el cambio automático?

10 respuestas



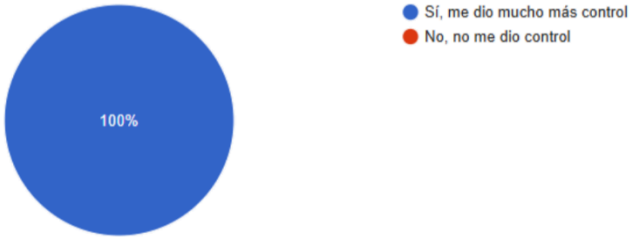
7.- ¿La guía paso a paso en tiempo real te haría sentir más orientado/a durante el recorrido?

10 respuestas



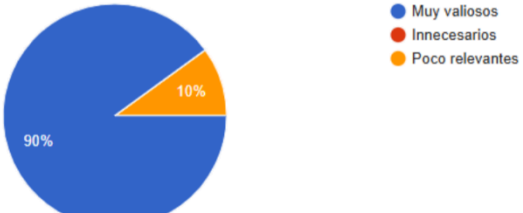
8.- ¿La visualización del tiempo restante te generó mayor sensación de control sobre tu visita?

10 respuestas



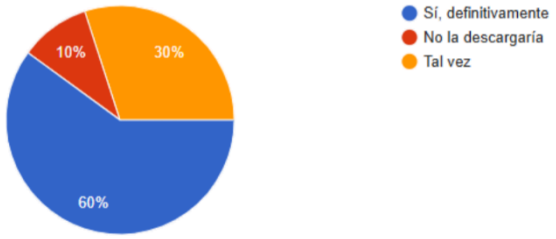
9.- ¿El resumen final del recorrido y el ranking de usuario te parecerían valiosos después de la visita?

10 respuestas



10.- Si percibes que la app te ayuda a ahorrar tiempo y reducir estrés, ¿la descargarías para una visita corta?

10 respuestas



11.- En tu opinión, ¿qué mejorarías o agregarías a PachaRuta para que realmente te ayude durante tu visita?

10 respuestas

no agrego nada ya que está súper prqctico

Me gustaría que la app me permita cambiar o elegir algunos lugares antes de empezar la ruta, para sentir que tengo más libertad al momento de organizar mi recorrido.

Agregar un pequeño tutorial inicial más visual que explique cómo funciona la reorganización automática para generar aún más confianza.

Sería bueno añadir una breve explicación histórica en formato audio en cada punto del recorrido para enriquecer la experiencia cultural.

Me gustaría que la app tenga una sección donde pueda guardar mis recuerdos de cada punto del viaje, como fotos y pequeños comentarios personales. Sería bonito poder revisar luego lo que hice en cada parada y conservarlo como recuerdo de la experiencia.

Me gustaría que la app tenga una sección donde pueda guardar lo que voy viviendo en cada parada, como fotos, pequeñas notas o algún recuerdo especial del momento. A veces uno toma muchas fotos durante el recorrido y luego se pierden entre la galería del celular. Sería bonito que dentro de la app se pueda organizar todo lo que hicimos durante el día y que al final del recorrido podamos ver un resumen más personal de nuestra experiencia.

Me gustaría que desde la app se puedan compartir directamente las fotos tomadas durante el recorrido a redes sociales, para que sea más práctico. Como músico necesito mantener mis redes activas constantemente, y sería muy útil que la app facilite ese proceso sin tener que salir y subir el contenido manualmente.

Incluir un mapa interactivo con puntos destacados que muestre cuánto tiempo real llevo en cada parada para tener aún más precisión en la visita.

Agregar una opción para ver el clima en tiempo real dentro de la ruta y recomendaciones rápidas por ejemplo, llevar gorra o hidratarse, para mejorar aún más la planificación del día.

Los resultados obtenidos permitieron identificar una alta comprensión del problema que busca resolver la aplicación y una valoración positiva del sistema de generación automática de rutas según el tiempo disponible del visitante.

4.2. Encuesta de validación del prototipo – segunda fase

Este anexo presenta los resultados de la segunda encuesta de validación aplicada después de implementar mejoras en el prototipo de la aplicación PachaRuta.

El objetivo de esta segunda evaluación fue analizar la percepción de los usuarios respecto a las nuevas funcionalidades incorporadas, como la reorganización automática de la ruta ante imprevistos, la bitácora digital del recorrido, la generación de collages de fotografías y el apartado de actividades mensuales dentro del distrito de Pachacámac.

Los resultados evidencian una alta aceptación de las mejoras implementadas, destacando la utilidad del acompañamiento digital durante el recorrido y el interés de los usuarios por registrar y compartir su experiencia turística dentro de la aplicación.

Entrevistados:

- Macarena Navarrete
- Gilbert Sáenz Suárez
- Juan Carlos Yaranga Rico
- Ciro Silvera Ramos
- Yumitza Reyes Canchanya
- Cyndel Salazar Castillo
- Fabiana Jorge Azurza

• Jerry Luyo Navarrete
• Juan Carlos Bravo Escriba
• Hugo Hashiguchi Saldaña

• **Preguntas de la segunda encuesta:**

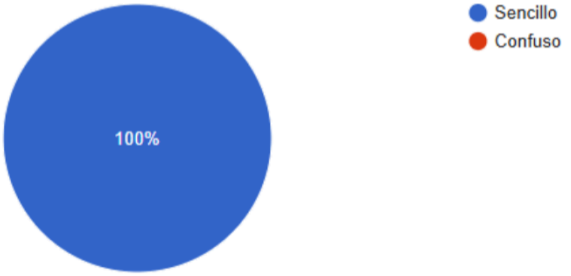
1.- Después de ver la pantalla de inicio, ¿entendiste claramente qué ofrece PachaRuta?

10 respuestas



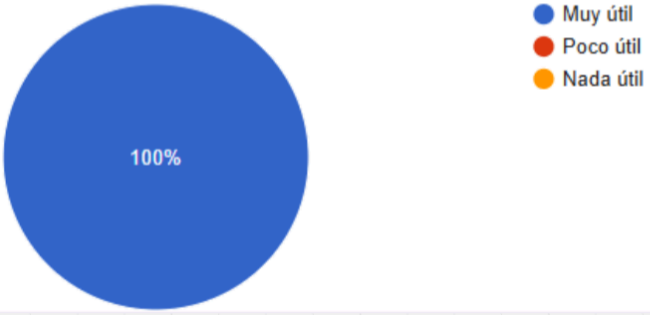
2.- ¿El proceso de iniciar sesión o crear cuenta te pareció sencillo?

10 respuestas



3.- ¿Te parece útil poder seleccionar el tiempo disponible antes de generar la ruta?

10 respuestas



4.- ¿Prefieres que la app te sugiera automáticamente una ruta adaptada a tu tiempo o planificarla desde cero?

5.- ¿Qué tan confiable te parece que la app muestre una alerta antes de modificar tu ruta por un imprevisto?

10 respuestas

tada a mi



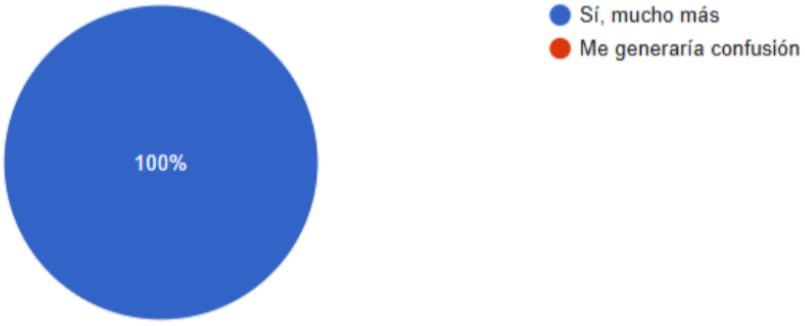
6.- Si la app reorganiza la ruta y explica claramente el motivo del cambio, ¿confiarías en la nueva propuesta?

10 respuestas



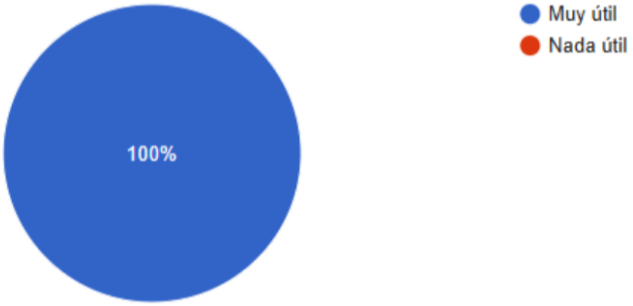
7.- ¿La guía paso a paso y la visualización del tiempo restante te harían sentir más orientado/a y con mayor control?

10 respuestas



8.- ¿Te parecería útil contar con una bitácora en tiempo real donde puedas ver a qué hora llegaste, cuánto tiempo permaneciste y qué actividades realizaste?

10 respuestas



9.- ¿Te gustaría poder subir fotos durante tu recorrido para que la app genere automáticamente un collage compartible?

10 respuestas



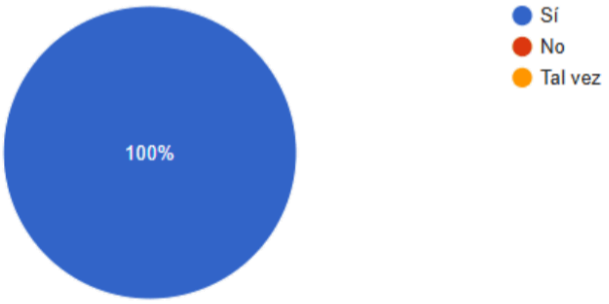
10.- ¿Te parecería valioso contar con un apartado de actividades mensuales actualizadas en Pachacámac?

10 respuestas



11.- Después de ver todas las funciones (rutas automáticas, alerta, bitácora, collage, actividades mensuales), ¿descargarías PachaRuta para una visita corta?

10 respuestas



12.- En tu opinión, ¿qué mejorarías o agregarías a PachaRuta para que realmente te ayude durante tu visita?

10 respuestas

- Podría tener opción de personalizar un poco más algunos puntos de la ruta.
- Podría integrar reseñas de otros usuarios dentro de cada parada.
- Sería útil incluir información histórica breve de cada lugar.
- Sería bueno que la app sugiera pausas para descanso si vas con niños.
- Sería ideal incluir recomendaciones gastronómicas familiares dentro de la ruta.
- Podrían agregar promociones o eventos especiales destacados.
- Agregar recordatorios antes de cada actividad ayudaría bastante.
- Que el collage tenga diferentes estilos para elegir.
- Incluir una opción de guardar rutas favoritas.

4.3. Guía de entrevistas aplicadas durante la exploración de campo :

En este anexo se presenta la guía de preguntas utilizada durante el proceso de exploración de campo realizado en el distrito de Pachacámac. Las entrevistas fueron dirigidas a visitantes y actores relacionados con la actividad turística del territorio, con el objetivo de comprender sus percepciones sobre la experiencia de visita, las dificultades para organizar el recorrido y las oportunidades de mejora dentro del destino.

La información obtenida a partir de estas entrevistas permitió identificar patrones en el comportamiento de los visitantes y comprender las principales problemáticas relacionadas con la planificación del recorrido turístico dentro del distrito.

• **Preguntas de las entrevistas de campo_Sección 1:** Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.

1.- ¿Podrías contarme brevemente de dónde vienes y con qué frecuencia realizas viajes cortos o escapadas cerca de Lima?

2.- ¿Qué te motiva normalmente a visitar lugares fuera de la ciudad?

3.- ¿Has visitado antes zonas rurales o periurbanas como Pachacámac?

4.- ¿Viajas solo/a, en familia o con amigos cuando haces este tipo de turismo?

5.- ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más cuando viajas? (naturaleza, comida, cultura, descanso, aprendizaje)

• **Preguntas de las entrevistas de campo_Sección 2:** Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.

1.- Cuando visitas un lugar, ¿qué tan importante es para ti que la experiencia beneficie a la comunidad local?

2.- ¿Sueles informarte sobre el impacto ambiental o social de las actividades turísticas que realizas?

3.- ¿Qué dificultades has encontrado al buscar experiencias auténticas y locales cerca de Lima?

4.- ¿Alguna vez sentiste que una experiencia turística era poco auténtica o muy comercial?

5.- ¿Te interesaría pagar un poco más por una experiencia si sabes que apoya directamente a familias locales?

6.- ¿Qué opinas sobre actividades como visitas a huertos, cocinas tradicionales o experiencias culturales comunitarias?

7.-¿Qué aspectos valoras más al momento de decidir una experiencia turística? (precio, comodidad, impacto, autenticidad, cercanía)

• Preguntas de las entrevistas de campo_Sección 3:

1.- ¿Cómo te gustaría que fuera el turismo en los alrededores de Lima en el futuro?

2.-¿Qué tipo de servicios o experiencias te gustaría encontrar y que hoy no existen?

3.- ¿Crees que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales? ¿Por qué?

4.- ¿Qué te haría elegir una experiencia de turismo comunitario en lugar de una turística tradicional?

5.- ¿Qué papel crees que tiene el visitante en hacer el turismo más sostenible?

• Preguntas de las entrevistas de campo_Sección 4:

1.- ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu experiencia o expectativas como turista?

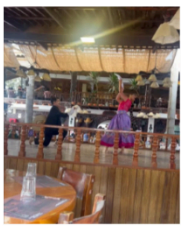
2.-¿Te gustaría recibir información sobre proyectos de turismo sostenible o comunitario en el futuro?

4.4. Registro fotográfico de la exploración de campo :

El presente anexo muestra un registro fotográfico del proceso de exploración de campo realizado en el distrito de Pachacámac. Estas imágenes documentan el contexto territorial, algunos de los principales atractivos turísticos del distrito y el proceso de observación realizado durante la fase de investigación.

Este registro permitió comprender la dinámica del territorio y la relación entre los distintos espacios turísticos presentes en el distrito.







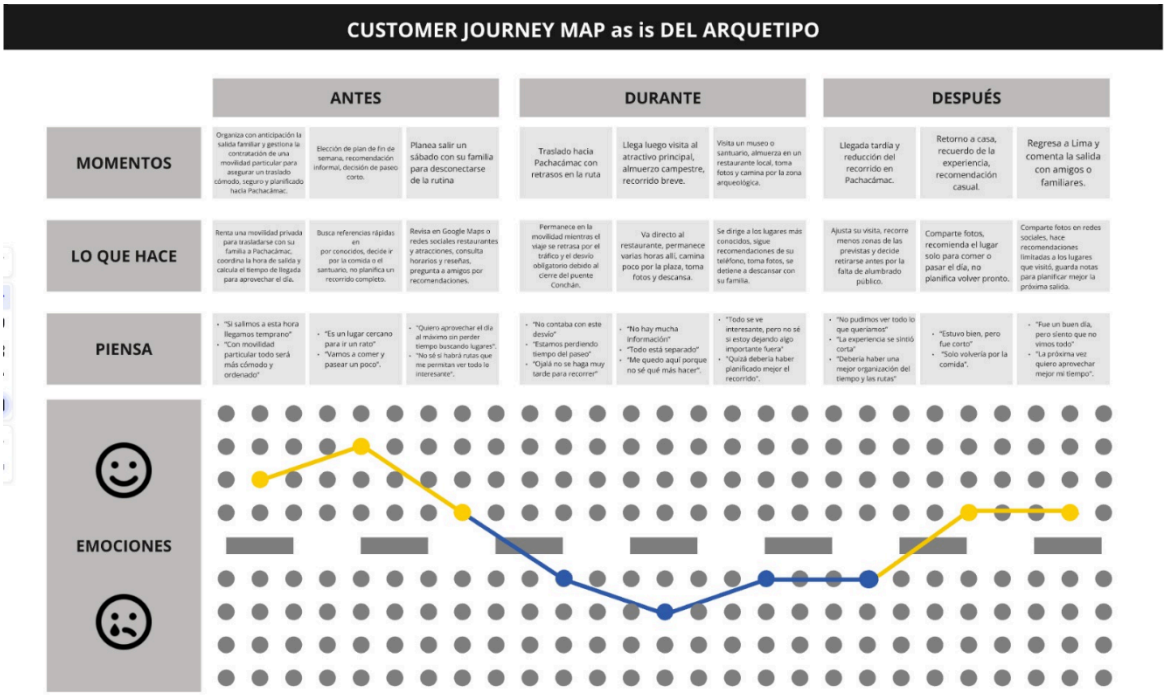





4.5. Customer Journey Map as is del visitante:

Este anexo presenta el Customer Journey Map desarrollado durante la fase de investigación del proyecto. Este instrumento permitió analizar las etapas que atraviesa el visitante durante su experiencia turística, identificando acciones, emociones, puntos de contacto y oportunidades de mejora dentro del recorrido.

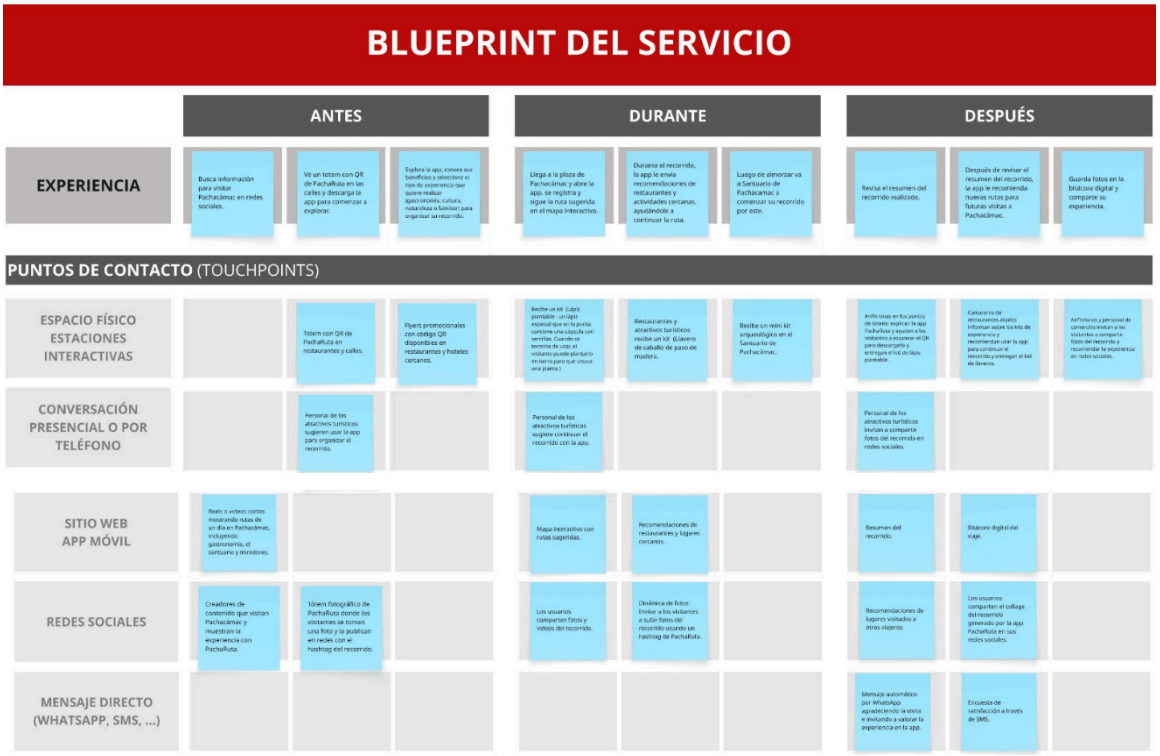
El análisis del recorrido del usuario permitió identificar momentos críticos de la experiencia, especialmente aquellos relacionados con la planificación del recorrido, la desorientación durante el desplazamiento y la dificultad para acceder a información clara sobre los atractivos del territorio.

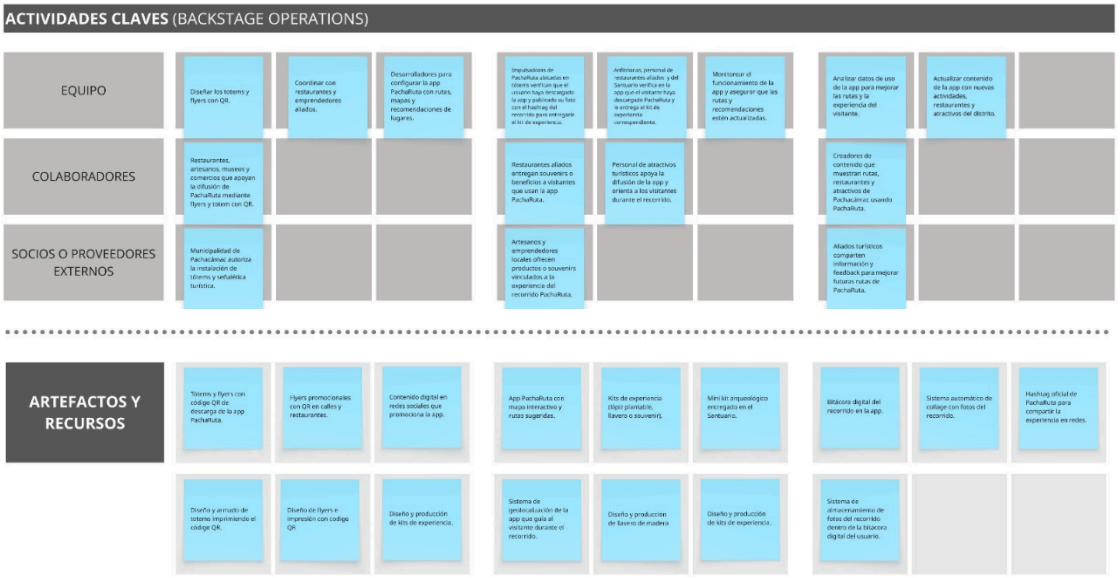


4.6. Blueprint del servicio PachaRuta :

El presente anexo muestra el Service Blueprint desarrollado para visualizar la estructura del servicio propuesto. Este instrumento permite representar la interacción entre el usuario, la aplicación digital y los actores que forman parte del ecosistema turístico del territorio.

El blueprint permite comprender las distintas capas del servicio, incluyendo las acciones del usuario, los puntos de contacto con la aplicación, las actividades visibles del servicio y los procesos de soporte que permiten el funcionamiento de la experiencia.



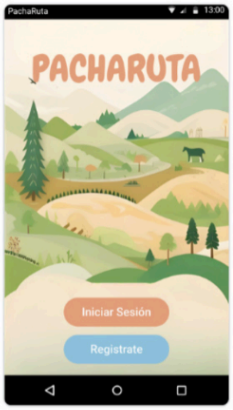


4.7. Prototipo de la aplicación PachaRuta :

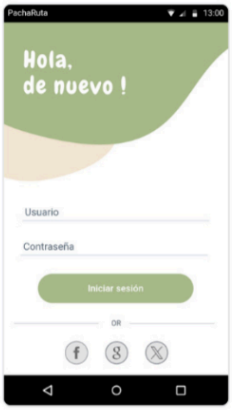
Este anexo presenta las principales pantallas del prototipo de la aplicación PachaRuta, desarrollado durante la fase de diseño del servicio. El prototipo incluye las interfaces relacionadas con el registro del usuario, la selección de preferencias de experiencia, la selección del tiempo disponible para el recorrido, la generación automática de rutas y el acompañamiento digital durante la visita.

Estas pantallas permiten visualizar la estructura del servicio y comprender la manera en que el usuario interactúa con la aplicación durante su experiencia en el distrito de Pachacámac.

• Enlace de prototipo de alta resolución de Pacaharuta:
https://marvelapp.com/prototype/c308a3b/screen/93293792



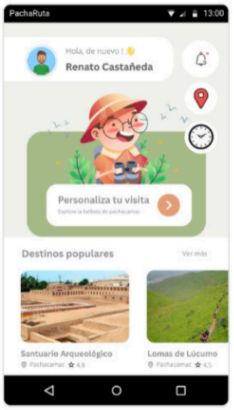
PANTALLA DE INICIO



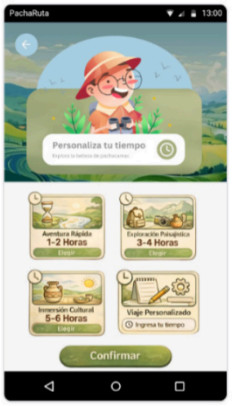
INICIAR SESIÓN



CREAR CUENTA



PANTALLA DE INICIO



PERSONALIZAR TIEMPO



SELECCIÓN DE PREFERENCIA DE EXPERIENCIA



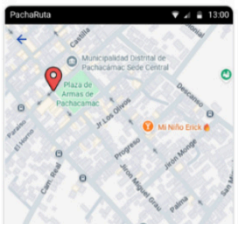
SELECCIÓN DE PREFERENCIA-CULTURAL 1

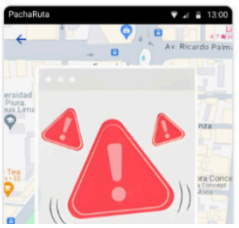


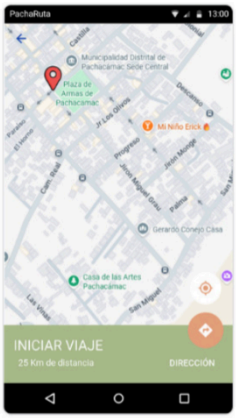
SELECCIÓN DE PREFERENCIA-CULTURAL 2



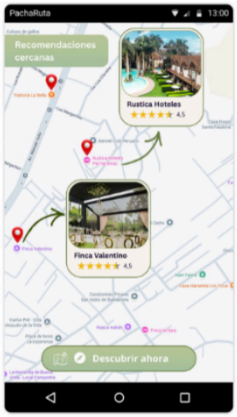








RUTA REORGANIZADA



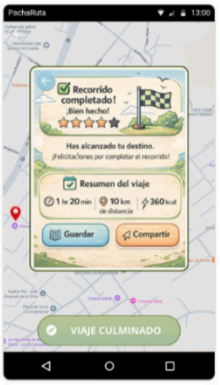
RECOMENDACIONES CERCANAS



MAPA INTERACTIVO DE RUTAS



FICHA INFORMATIVA DEL PUNTO



PANTALLA DEL TIEMPO COMPLETADO



RECORDADO BITÁCORA



BITÁCORA EN TIEMPO REAL



GALERÍA



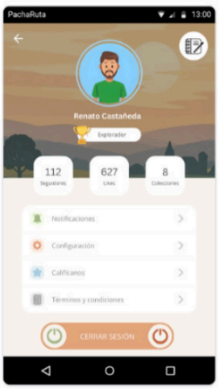
CÁMARA



COLLAGE



FORMULARIO DE EVALUACIÓN



Menú



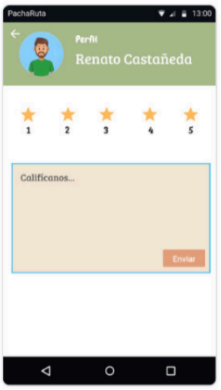
RANKING DE USUARIO



FORO DE CONVERSACION



AJUSTES



CALIFICA APP