ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Conecta Pachacamac: plataforma digital de turismo comunitario que conecta directamente a turistas con emprendedores locales del valle de Pachacámac.

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADO POR

Krish Melany Lopez Pereyra
DNI: 76056564, Perú
ORCID:0009-0003-2133-9353

Katerine Uribe Alejos
DNI: 76392791, Perú
ORCID: 0009-0009-9489-3105

ASESOR

Hristo Joel Vasquez Janampa
DNI: 76461050, Perú
ORCID: 0009-0006-9728-8144

JURADO

Valeria Maria Moreno Vasquez
Victor Augusto Espinoza Somocurcio
María del Carmen Farfán Ramos

Lima, marzo 2026

Turnitin-ID1-ID2-LOPEZ-ALEJOS

Proyecto de Innovación – Entrega Final con Turnitin

2261|1581|Creative lab Rrebrand+TLS|MA 19:00-22:30 VI 19:00-22:30

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:569915489

Fecha de entrega
22 mar 2026, 11:35 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
22 mar 2026, 11:55 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-ID1-ID2-LOPEZ-ALEJOS

Tamaño del archivo
2.6 MB

43 páginas

7299 palabras

41.753 caracteres

13% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
12%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

A mis padres Willy y Ruth y a mi hermano Carlos Bill quienes son mi motor y los que impulsaron desde el comienzo y el término de mi carrera y quienes siempre desearon conmigo que cumpla este objetivo.

— **Mélany**

Este logro va dedicado a mi familia quienes han sido mi brújula y mi mayor motivación. A pesar de los kilómetros que nos separan, su apoyo incondicional atravesó cualquier frontera para darme las fuerzas que necesitaba. Este logro es tan mío como suyo; espero que al ver este trabajo terminado sientan el mismo orgullo que yo siento por la familia que somos.

— **Katerine**

AGRADECIMIENTO

A **Toulouse Lautrec,** por brindarme las herramientas necesarias para transformar mi creatividad en una profesión. Gracias por impulsarme a buscar la excelencia técnica y por ser el espacio donde mis ideas finalmente cobraron vida y propósito.

AGRADECIMIENTOS PERSONALES

Agradezco en primer lugar, a Dios, quién permite mi existencia, mi vida y salud para cumplir mi propósito. Agradezco a mis padres y mi hermano por todo el apoyo emocional y económico que me han dado durante esta etapa en mi vida, por todo su amor y los esfuerzos que hacen por mí.
Muy especialmente, a mi mamá, quién nunca dudó de mis capacidades y talento para lograr cada sueño que tengo, por su amistad y sacrificios.
Agradezco también, a mis profesores y a mi compañera Katerine, quienes contribuyeron en mi aprendizaje y cierre de esta etapa. Gracias.

— Mélany

Quiero agradecer a mi familia, por ser mi raíz y mi motor a pesar de la distancia. Aunque hoy no estemos en el mismo lugar, su amor y su fé ciega en mis capacidades son lo que me mantiene de pie. Cada logro alcanzado es, en gran parte, gracias a los valores que me inculcaron y al apoyo incondicional que me brindan cada día. Los extraño profundamente, y este éxito es tan mío como de ustedes.

Y, por supuesto, a mi querida Agatha. No hay palabras para explicar cuánto extraño tu compañía silenciosa y esa alegría que solo tú sabes darme. Fuiste mi refugio en los momentos de estrés y la mejor compañera de desvelos. Este proyecto también lleva un pedacito de la calma que siempre me transmitiste.

— Katerine

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**
1.1 Título del Proyecto de Innovación 1
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1
II. Descripción de la innovación **3**
2.1. Investigar para diseñar 3
2.1.1. Actores del Proyecto 3
2.1.2. Contexto general 4
2.1.3. Problema y oportunidad 5
2.1.4. Reto de diseño 7
2.2. Diseñar para crear valor 7
2.2.1. Propuesta de valor 7
2.2.2. Solución 9
2.3. Diseñar el servicio 11
2.3.1. Blueprint del servicio 15
2.3.2. Artefacto(s) 18
2.3.3. Experimentos 21
III. Conclusiones y recomendaciones **23**
2.1. Conclusiones 23
2.2. Recomendaciones 24
IV. Referencias Bibliográficas **26**
V. Anexos **27**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ficha del Arquetipo Julio Quispe 4

Figura 2: Mapa mental de interpretación sobre la información adquirida. 7

Figura 3: Lienzo de Propuesta de Valor. 9

Figura 4: Prototipo de baja fidelidad de la plataforma. 12

Figura 5: Prototipo de alta resolución. 13

Figura 6: Prototipo final de la plataforma desde la perspectiva del turista. 14

Figura 7: Prototipo final de la plataforma desde la perspectiva del emprendedor. 15

Figura 8: Blueprint del Servicio | Puntos de Contacto. 16

Figura 9: Publicidad atractiva a través de Ads en Instagram y Facebook. 19

Figura 10: Landing Page informativa con formulario de contacto 19

Figura 11: Banner publicitario para recepcionar a los clientes. 20

Figura 12: Ficha de la entrevista e insights del emprendedor entrevistado 1 29

Figura 13: Ficha de la entrevista e insights del emprendedor entrevistado 2 30

Figura 14: Ficha de la entrevista e insights del turista 1 30

Figura 15: Ficha de la entrevista e insights del turista 2 31

Figura 16: Testeo de Conecta Pachácamac 31

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Conecta Pachacámac: Plataforma digital de turismo comunitario

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Conecta Pachacámac se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades de alojamiento y servicios de comida y busca resolver la falta de visibilidad, recursos técnicos y canales de promoción de las iniciativas locales, lo que genera una oferta informal y escasos beneficios económicos para la comunidad, teniendo como población beneficiaria comuneros, familias y emprendedores locales de Pachacámac .

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

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una plataforma digital de turismo comunitario que empodera a los comuneros de Pachacámac al brindarles autonomía comercial y visibilidad directa, transformando la informalidad actual en un modelo de gestión sólido y rentable para la comunidad (ver blueprint del servicio), se trata de un(a) ecosistema digital diseñado para cerrar brechas de desigualdad (ODS 10) mediante la resolución de problemas críticos: la plataforma elimina la falta de visibilidad y canales de promoción de los locales; el "sello de guía verificado" y el sistema de reseñas resuelven la desconfianza del turista; y el "carrito combinado de experiencias" permite competir y romper la dependencia frente a los packs cerrados de grandes agencias. Además, el panel de

control intuitivo reduce la incertidumbre del emprendedor sobre sus reservas diarias, mientras que la red de alianzas con destinos de Lima posiciona estratégicamente a Pachacámac, atrayendo flujos turísticos que antes eran esquivos para la zona rural.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) digitales de alta fidelidad de la plataforma "Conecta Pachacámac", los cuales representan la interfaz del Marketplace, el perfil de guía certificado con sellos de confianza, el carrito de experiencias combinadas y el panel de control para el emprendedor para realizar talleres generativos y pruebas de usabilidad digitales con turistas potenciales y emprendedores del valle. Durante estas interacciones, se testeó la respuesta de los usuarios ante el sistema de reseñas, la claridad de los tours 360° y la facilidad del proceso de reserva. La validación confirmó que la confianza digital es el factor decisivo: los turistas están dispuestos a contratar guías independientes siempre que existan perfiles verificados y fotos reales. Por otro lado, los emprendedores validaron que el calendario de disponibilidad reduce significativamente su incertidumbre económica al permitirles prever sus ingresos, confirmando que la solución no solo es deseable para el cliente, sino vital para la estabilidad del actor local.

Se concluye que la solución propuesta valida que la autonomía digital y los mecanismos de confianza son el motor principal para reducir la brecha de desigualdad económica en Pachacámac, permitiendo que los emprendedores locales dejen de depender de agencias externas y tomen el control de sus ingresos mediante una gestión transparente y competitiva se recomienda iniciar una fase de capacitación técnica para los comuneros en el uso del panel de control, formalizar la red de alianzas con los distritos de Lima para escalar el flujo de visitantes y establecer un sistema de monitoreo mensual sobre el incremento de ingresos en las familias para medir el impacto real en el ODS 10.

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

2.1.1. Actores del Proyecto

El actor principal de este proyecto está conformado por los comuneros, familias y emprendedores locales del valle de Pachacámac. Hemos centrado el enfoque en ellos porque poseen una riqueza cultural y un dominio del territorio envidiables, pero, lamentablemente, se han quedado fuera de las rutas turísticas convencionales de Lima. Esto los obliga a trabajar muchas veces desde la informalidad o con herramientas de difusión muy básicas que no les permiten crecer.

Esa autenticidad que ofrecen se topa constantemente con una barrera: la falta de recursos técnicos y una dependencia muy fuerte de intermediarios o agencias grandes que se quedan con la mayor tajada. Como resultado, vivir del turismo se vuelve una actividad inestable y estresante para ellos, ya que se sienten "invisibles" en el mercado digital, que es donde hoy los viajeros deciden a dónde ir.

Desde el análisis del proyecto, estos usuarios son los actores clave. Ellos viven de cerca la desigualdad económica y son el verdadero motor para reactivar la economía de la zona. Con este proyecto no solo buscamos que los vean, sino darles la autonomía comercial necesaria para que dejen de ser simplemente un "punto de paso" en el camino y se conviertan en los verdaderos gestores de su propio destino y futuro.

Para entender a fondo qué necesitan, diseñamos el arquetipo de **"Julio Quispe"**. Julio es un guía y emprendedor nacido en Pachacámac que decidió convertir su amor por el valle en su medio de vida. Él representa perfectamente al emprendedor local: ofrece experiencias genuinas y personalizadas, pero le cuesta competir contra los "paquetes todo incluido" de las grandes agencias. Su mayor dificultad no es la calidad de sus tours, sino que le faltan herramientas digitales y mecanismos que generen confianza (como reseñas certificadas) para competir en igualdad de condiciones y asegurar ese flujo constante de visitas que le dé, finalmente, estabilidad económica.

Figura 1: *Ficha del Arquetipo Julio Quispe (Fuente: propia)*



2.1.2. Contexto general

Diversos estudios evidencian que el 80% de los emprendimientos de turismo rural en el Perú no cuenta con canales de venta propia (MINCETUR, 2021), lo que genera una dependencia crítica de terceros para su comercialización. En el distrito de Pachacámac, esta realidad se traduce en una fuerte desconfianza por parte de los turistas y una falta de canales directos de reserva, obligando a los emprendedores independientes a depender de agencias intermediarias que limitan su crecimiento económico y el reconocimiento de su valor cultural. Esta invisibilidad digital no solo agrava la vulnerabilidad del poblador local, sino que impide el cumplimiento del ODS 10 (Reducción de las desigualdades), al excluir a los auténticos portadores de la identidad del valle del beneficio económico directo del turismo.

La falta de presencia digital y la dependencia de intermediarios genera una brecha de desigualdad para los emprendedores de Pachacámac. Según el **MINCETUR (2021)**, uno de los mayores cuellos de botella para el turismo rural en el Perú es la

comercialización, ya que el **80% de los emprendimientos locales no cuenta con canales de venta directa** y depende críticamente de operadores turísticos externos. Esta situación se traduce en una pérdida de autonomía y en una desconfianza constante por parte del turista, quien, al no encontrar garantías o información clara en plataformas independientes, opta por servicios tradicionales, profundizando la informalidad del sector.

Hoy en día, los emprendedores de Pachacámac viven en una especie de informalidad forzada. Nuestra investigación de campo nos mostró que negocios de comida, guías y artesanos dependen casi siempre del "boca a boca" o de lo que publican en sus perfiles personales. Esto genera una incertidumbre económica constante, una debilidad que las grandes agencias aprovechan para acaparar a los clientes con paquetes "todo incluido" que dejan muy poco beneficio económico en la comunidad.

Desde el punto de vista del turista, hay ganas de conocer el valle, pero el miedo digital los frena. Al no encontrar una plataforma que verifique quiénes son los guías o que muestre opiniones reales de otros viajeros, el visitante siente un riesgo y prefiere no ir o contratar a las agencias de siempre. Mientras tanto, los emprendedores locales sienten que juegan en desventaja: conocen su tierra mejor que nadie, pero les faltan las herramientas tecnológicas para gestionar reservas y mostrar una imagen profesional al mundo.

Bajo este escenario, Conecta Pachacámac no nace solo como una herramienta tecnológica, sino como una propuesta de gestión para reducir las brechas sociales. Lo que buscamos es una solución que democratice el mercado digital, profesionalice el servicio local con sellos de confianza y, sobre todo, permita que la gente de Pachacámac recupere el control sobre sus ingresos y su patrimonio.

2.1.3. Problema y oportunidad

Cuando analizamos el turismo en Pachacámac, notamos una contradicción constante: el turista quiere vivir algo real, pero le asusta la falta de canales digitales formales. Aunque el valle es un tesoro, los comuneros y sus familias trabajan al

margen de los circuitos grandes, limitados por una promoción muy básica que no les permite competir de igual a igual.

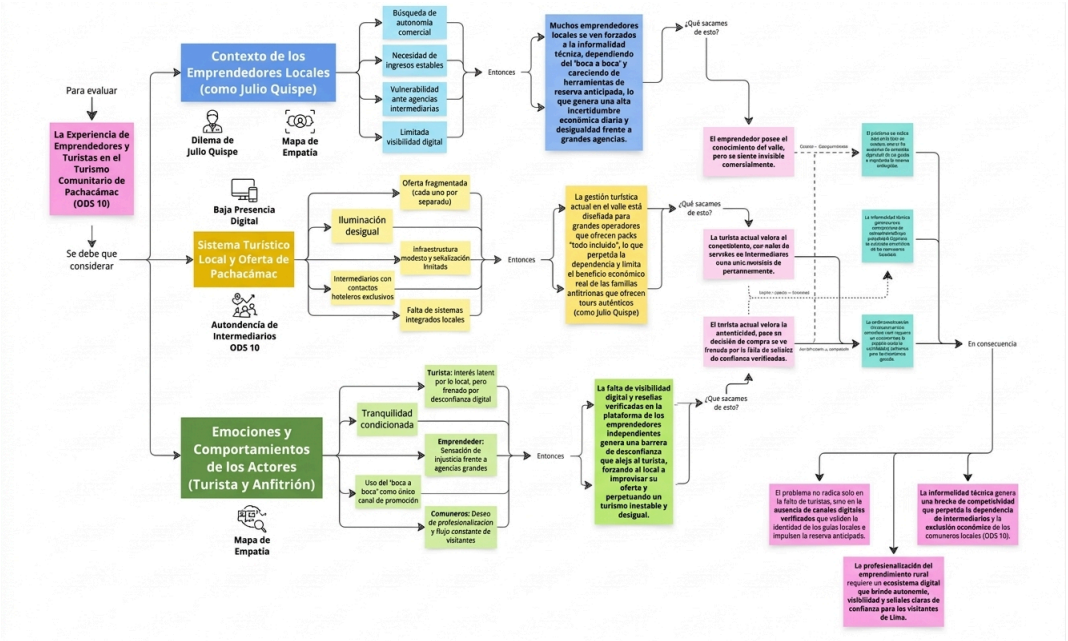
En el mercado actual, la inseguridad ya no es solo física; ahora el miedo es digital. Muchos turistas nos comentaron que la falta de perfiles validados y la dificultad para reservar de forma sencilla son barreras que los hacen dudar. Si no ven una plataforma que respalde al guía local, el visitante siente que se arriesga demasiado y termina refugiándose en los paquetes cerrados de las operadoras grandes que ya conocemos.

Este problema golpea directo a emprendedores como Julio Quispe, quienes sienten que sus ingresos son inestables. Las entrevistas nos revelaron que se sienten "invisibles" en internet y dependen demasiado de terceros. De hecho, el 85% de la oferta del valle no logra contactar directo con el turista, lo que según entrevistas realizadas alimenta la desigualdad económica porque el dinero del turismo no se queda donde debería: en la propia comunidad.

En definitiva, el problema no es solo que falte tecnología, sino que falta un ecosistema de confianza. Hoy por hoy, el turista siente que la logística del viaje es un estrés que debe resolver solo, en lugar de ser algo que el destino le garantice.

De aquí nace nuestra gran oportunidad: diseñar un sistema de turismo comunitario que funcione como un puente seguro. El reto es convertir esa informalidad en competitividad usando herramientas como el "Sello de Guía Verificado" o el "Carrito de Experiencias Combinadas". Queremos profesionalizar lo que ellos hacen sin que pierdan su esencia, logrando que Pachacámac recupere la soberanía sobre sus propios recursos y genere bienestar para todos.

Figura 2: *Mapa mental de interpretación sobre la información adquirida. (Fuente: propia)*



2.1.4. Reto de diseño

A partir del análisis de la problemática, se define el siguiente desafío de diseño:

¿Cómo podríamos ayudar a emprendedores de Pachacámac que busca consolidar su emprendimiento, a conseguir un flujo sostenible de reservas directas y mayor credibilidad frente a los turistas mientras reducimos la desconfianza hacia emprendimientos independientes, su baja presencia digital y la dependencia de agencias intermediarias?

2.2. Diseñar para crear valor

2.2.1. Propuesta de valor

Tras analizar los hallazgos de nuestra investigación, definimos la esencia de Conecta Pachacámac. Partimos de una premisa clara: la confianza digital no tiene por qué ser un obstáculo o una carga para el emprendedor de la zona; al contrario, debe convertirse en un activo de la comunidad que le abra las puertas a la independencia comercial.

Nuestra promesa para Julio Quispe, y para todos los que comparten su perfil, es brindarle un ecosistema digital que respalde y potencie su trabajo frente al mercado internacional. A diferencia de las agencias de siempre, que suelen acaparar a los viajeros con paquetes rígidos y estándar, nosotros unimos la tecnología con la identidad propia del valle. Esto le permite al microempresario gestionar su negocio con libertad, visibilidad y seguridad, convirtiendo lo que hoy es informalidad en una ventaja competitiva basada en lo que mejor saben ofrecer: autenticidad.

En este sentido, la propuesta de valor de Conecta Pachacámac consiste en reducir la brecha de visibilidad y confianza mediante una plataforma digital que permite la gestión autónoma de servicios turísticos y la conexión directa con el mercado.

Como se observa en el Lienzo de Propuesta de Valor, esta solución atiende directamente los problemas y anhelos que encontramos en los usuarios:

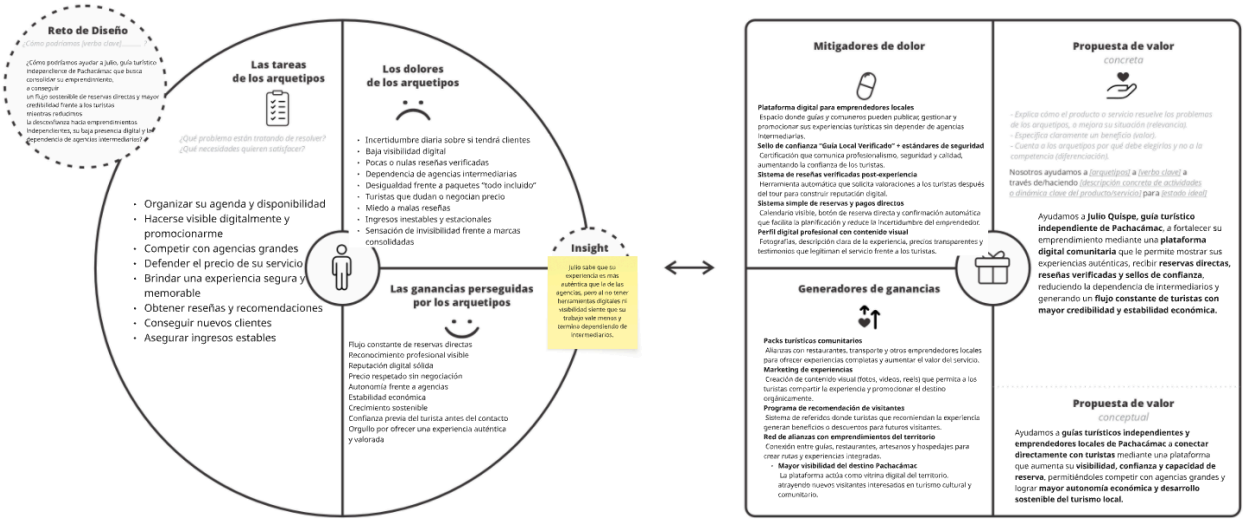
Mitigadores de dolor: Buscamos reducir la falta de confianza y la dependencia de terceros con estas herramientas:

- Sello de Guía Local Verificado y Sistema de Reseñas: Atacamos el miedo del turista (un punto clave en nuestras entrevistas) al validar quién es el guía y mostrar pruebas reales de su buen servicio. Esto quita ese "temor al riesgo" que muchos sienten al contratar a alguien independiente.
- Carrito Combinado de Experiencias: Le da al viajero la libertad de armar su propio plan. Así rompemos con los "packs cerrados" de las grandes operadoras y permitimos que los pequeños negocios compitan cara a cara y en igualdad de condiciones.
- Panel de Control Intuitivo: Ayuda a que el emprendedor no viva con la duda de cuánto ganará. Al tener una gestión clara de sus reservas y fechas disponibles, Julio gana tranquilidad y puede planificar mejor su día a día económico.

Generadores de ganancia : Buscamos potenciar el crecimiento y la sostenibilidad de todo el valle:

- Plataforma de Visibilidad y Recursos Técnicos: Abre las puertas a canales de promoción profesionales. Le damos al comunero las herramientas digitales que antes no tenía para que su imagen ante el mundo sea profesional y genere seguridad.
- Red de Alianzas con Destinos de Lima: Ponemos a Pachacámac en el mapa de los circuitos turísticos de la capital. Esto asegura que lleguen visitantes de forma constante, logrando que el valle deje de ser visto como un simple lugar de paso y se convierta en un destino de experiencias seguras y reales.

Figura 3: *Lienzo de Propuesta de Valor.(Fuente: propia)*



2.2.2. Solución

Como respuesta a la propuesta de valor definida, se presenta **"Conecta Pachacámac"**, un ecosistema digital de gestión y promoción turística concebido como una herramienta de **reducción de desigualdades** para los emprendedores del valle. La solución trasciende la funcionalidad de un Marketplace convencional para constituirse como una infraestructura tecnológica que devuelve la autonomía económica al comunero, permitiéndole profesionalizar su labor y competir en el mercado digital sin depender de las condiciones de agencias intermediarias.

A. El Núcleo de Gestión y Empoderamiento (Panel de Control)

El cerebro administrativo de la solución es el **Panel de Control,** diseñado específicamente para que el emprendedor de Pachacámac profesionalice su operación y elimine la desorganización que castiga al trabajador independiente. Este panel centraliza la red de gestión y monitoreo diario, ofreciendo las siguientes funcionalidades críticas identificadas en el análisis operativo:

- **Agenda y Reservas Directas:** Muestra de manera clara el calendario del mes, permitiendo visualizar reservas del día, reservas activas y próximas. Esto otorga al comunero el control total de su disponibilidad, permitiéndole organizar su tiempo con autonomía.
- **Monitorización Económica:** La interfaz muestra un resumen mensual de métricas sobre ingresos totales, valoración media y una evolución gráfica de reservas y visitas. Tener acceso a estos datos permite al emprendedor salir de la incertidumbre financiera, proyectar sus ganancias y reinvertir en su propio crecimiento de manera estratégica.
- **Gestión de Credibilidad Directa (Reseñas Verificadas):** Una sección dedicada a gestionar los comentarios de los visitantes (ej. "Carlos, eres un gran experto"). Esto no solo permite una retroalimentación directa, sino que fortalece la marca personal y credibilidad profesional del emprendedor ante futuros clientes.
- **Análisis y Sugerencias de Mercado:** Incluye alertas sobre oportunidades y sugerencias (ej. "Tours Nocturnos", "Alertas de Precios") basadas en datos de la plataforma, permitiendo al habitante local tomar decisiones comerciales acertadas.

B. Validación y Justicia Comercial (Marketplace y Perfiles Directos)

La dimensión de comercialización y cara al visitante funciona como un escaparate de justicia comercial. Aquí, el diseño trabaja para que el valor del emprendedor local sea reconocido directamente por el mercado (Ver Figura 1), rompiendo los "packs cerrados" de grandes operadoras que suelen invisibilizar al comunero:

- **Perfiles Certificados y Sellos de Guía Local Verificado:** Cada emprendedor posee su perfil profesional que valida quién es el guía

certificado ante el mundo, generando una imagen profesional y de seguridad. Esto combate la desigualdad competitiva, otorgándole al comunero la credibilidad necesaria para captar clientes de forma directa.

- **Reseñas Verificadas y Vistas 360°:** El historial de buen servicio del emprendedor se convierte en su mayor activo digital, neutralizando el "temor al riesgo" del turista. Las vistas inmersivas de los puntos que el emprendedor ofrece (ej. Templo del Sol) permiten al usuario conocer el destino antes del pago directo y seguro, garantizando un crecimiento sostenible basado en el esfuerzo del comunero.

C. Visibilidad y Cohesión Territorial (Agenda y Blogs)

La solución integra al emprendedor en la narrativa del territorio, asegurando que su oferta sea visible y no esté aislada:

- **Agenda Cultural Dinámica:** Un módulo dedicado a unificar y visibilizar eventos y festividades locales, actuando como "faros" de actividad cultural donde los emprendedores que organizan ferias ganan una exposición que antes era exclusiva de grandes empresas.
- **Blog Comunitario "Conecta Blogs":** Un espacio oficial donde se narran historias y consejos locales (ej. Gastronomía Milenaria). Esto permite que los emprendedores cuenten la historia detrás de sus servicios, transformando la identidad cultural en un recurso económico protegido y gestionado por ellos mismos.

2.3. Diseñar el servicio

El desarrollo del servicio **Conecta Pachacámac** se construyó a partir de una fase de exploración y análisis enfocada en comprender las barreras que enfrentan los emprendedores turísticos locales, especialmente en relación con la visibilidad, la confianza y la generación de ingresos sostenibles. A partir de entrevistas, observaciones y análisis del contexto, se identificó que el problema no era únicamente la falta de turistas, sino la dificultad de los guías para integrarse a un sistema turístico formal y competitivo.

Con base en estos hallazgos, se diseñó una plataforma digital que centraliza la oferta de experiencias locales, permitiendo a los guías gestionar su negocio de manera autónoma. La propuesta no solo busca conectar turistas con experiencias, sino también brindar herramientas que permitan a los emprendedores construir reputación, organizar sus servicios y reducir su dependencia de intermediarios.

En la primera etapa, se desarrollaron prototipos de baja fidelidad enfocados en definir la estructura de la plataforma y validar la propuesta principal: facilitar la conexión directa entre guías locales y turistas.

A. Fase Inicial : **Validación de la propuesta de valor : Prototipo 1**

En esta fase, se priorizó entender qué elementos generaban confianza en los usuarios, identificando que factores como la presencia del marketplace (compra inteligente con IA), blog, reseñas, perfiles claros y disponibilidad visible eran fundamentales en la toma de decisiones. Asimismo, se validó la importancia de simplificar el proceso de reserva para reducir la fricción en el uso.

El enfoque principal estuvo en comprobar que una plataforma centralizada podía mejorar la visibilidad de los emprendedores y facilitar el acceso a clientes sin intermediarios.

Figura 4: *Prototipo de baja fidelidad de la plataforma. (Fuente: propia)*



B. Fase media : Optimización de la experiencia y gestión : Prototipo 2

Con la propuesta inicial validada, la segunda etapa se centró en mejorar la funcionalidad de la plataforma desde la perspectiva del emprendedor. Se desarrolló

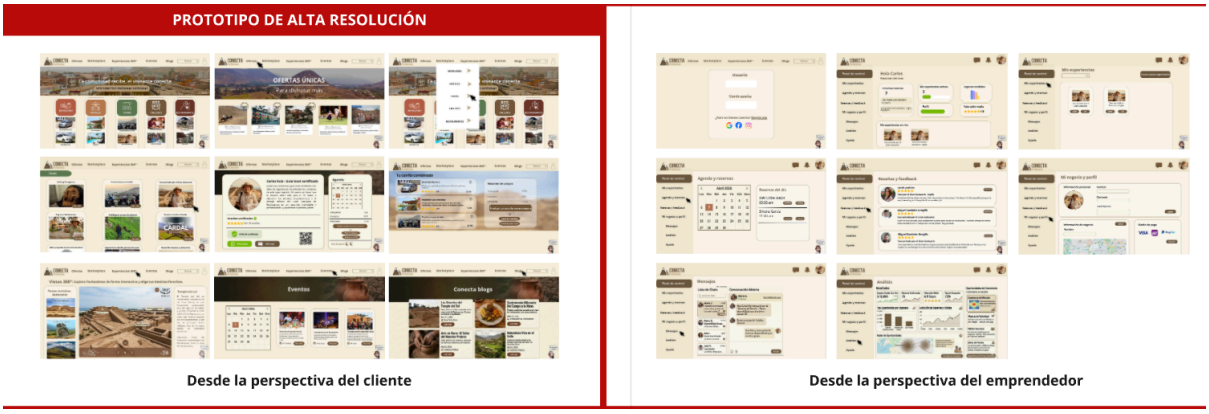
una interfaz más estructurada que permitiera a los guías gestionar sus servicios de manera más eficiente.

En esta fase se incorporaron elementos clave como:

- Panel de control (dashboard) para visualizar reservas e ingresos
- Calendario digital para organizar la disponibilidad
- Sistema de mensajería directo con turistas
- Espacios para reseñas y calificaciones

Además, se optimizó la navegación para que sea intuitiva y accesible, considerando que muchos usuarios no cuentan con alta experiencia tecnológica. Esto permitió reducir barreras de uso y fortalecer la autonomía del emprendedor.

Figura 5: *Prototipo de alta resolución. (Fuente: propia)*



C. Fase Final: Consolidación del ecosistema digital : Prototipo 3

El prototipo final representa la integración completa del sistema, consolidando a **Conecta Pachacámac** como una plataforma que no solo facilita la reserva de experiencias, sino que funciona como una herramienta de gestión integral para los guías turísticos.

En esta etapa se incorporaron funcionalidades avanzadas como:

- Sistema de pagos digitales seguros
- Validación de perfiles con sello de confianza
- Visualización de experiencias en formato inmersivo (360°)

- Módulo de análisis con métricas de desempeño (ingresos, reservas, reputación)

Asimismo, se fortaleció la experiencia del usuario turista mediante un flujo claro: exploración, selección, reserva y evaluación del servicio.

Esta versión final transforma la propuesta en un sistema que conecta tres dimensiones:

- Digital: plataforma web
- Económica: generación de ingresos directos
- Social: fortalecimiento de la comunidad local

Figura 6: *Prototipo final de la plataforma desde la perspectiva del turista.* (Fuente: propia)

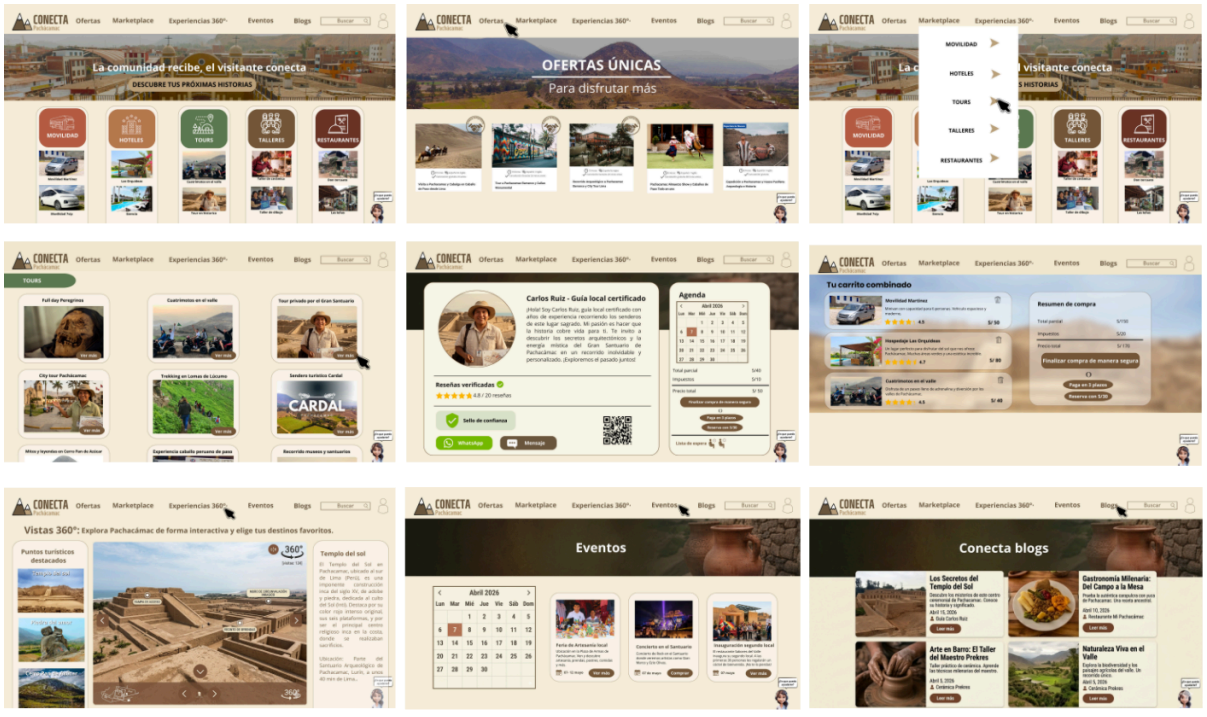
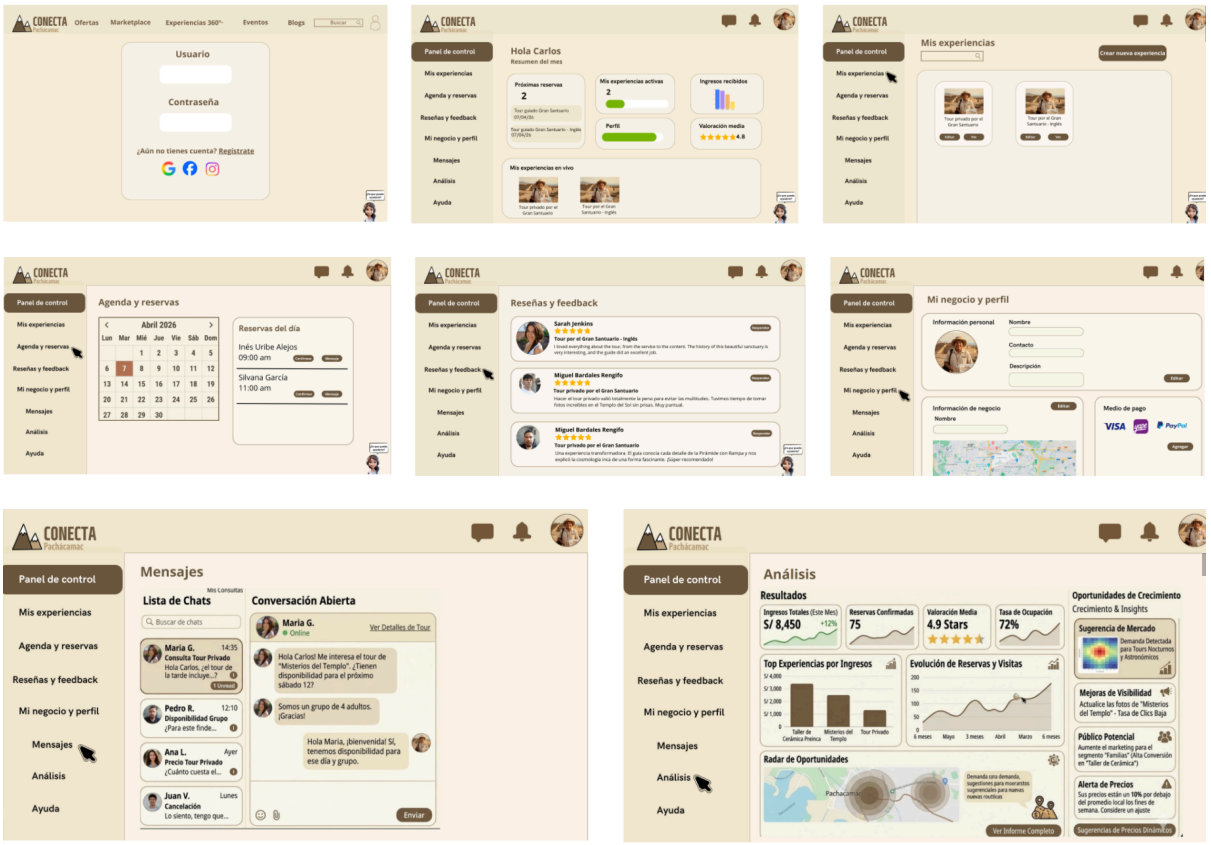


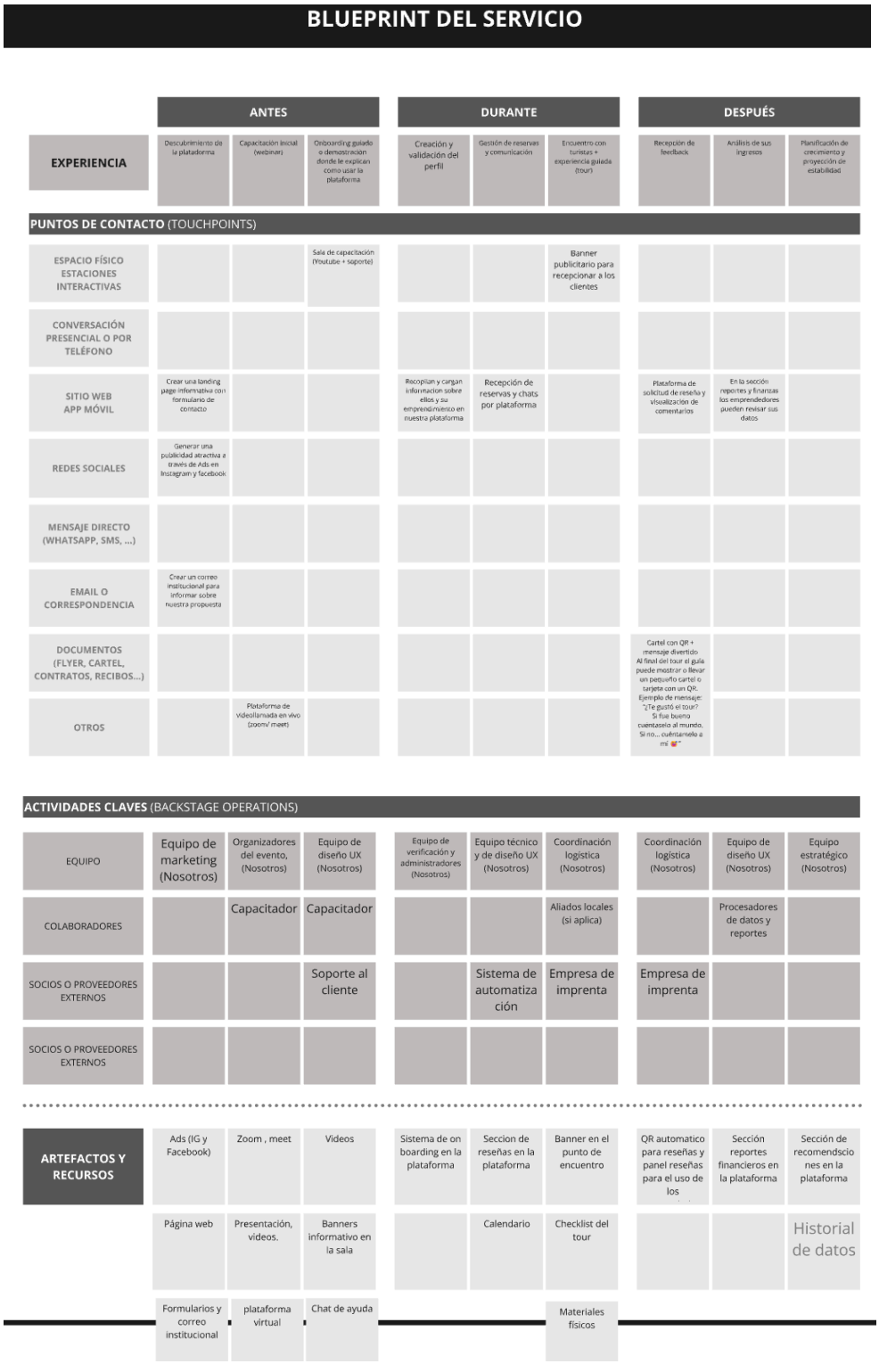
Figura 7: *Prototipo final de la plataforma desde la perspectiva del emprendedor.* (Fuente: propia)



2.3.1. Blueprint del servicio

El diseño del servicio **Conecta Pachacámac** se estructura a partir de un Service Blueprint que organiza la experiencia en tres momentos clave: antes, durante y después. Este esquema permite visualizar de manera integral tanto las acciones visibles para el usuario (frontstage) como los procesos internos (backstage) y los recursos necesarios para garantizar el correcto funcionamiento del servicio.

Figura 8: *Blueprint del Servicio* | *Puntos de Contacto.* (Fuente: propia)



FASE ANTES – PRE SERVICIO: Descubrimiento y vinculación con la plataforma

En esta etapa inicial, el servicio se enfoca en captar a los emprendedores turísticos y generar confianza en la plataforma.

Desde el frontstage, el primer contacto se da a través de publicidad digital en redes sociales (Instagram y Facebook), donde el guía descubre la existencia de la plataforma. A partir de ello, accede a una página web informativa y completa un formulario de contacto. Posteriormente, participa en espacios de capacitación virtual (Zoom o Meet) y demostraciones guiadas donde se le explica el funcionamiento del sistema.

En el backstage, interviene el equipo de marketing mediante la creación de campañas publicitarias, mientras que el equipo organizador y de diseño UX se encargan de estructurar las capacitaciones y garantizar que la información sea clara y accesible. Asimismo, se brinda soporte al usuario durante el proceso de aprendizaje.

El soporte del servicio se sostiene en recursos como la página web, formularios digitales, correos institucionales, videos explicativos y materiales de capacitación. Estos elementos permiten reducir la barrera tecnológica y facilitar la incorporación del emprendedor al sistema.

FASE DURANTE EL SERVICIO: Gestión y operación de la plataforma

Esta es la fase central donde el servicio cobra valor, ya que el emprendedor comienza a utilizar la plataforma activamente.

En el frontstage, el guía crea y valida su perfil dentro de la plataforma, cargando información relevante como servicios, precios, fotos y disponibilidad. Luego, gestiona reservas y se comunica con los turistas mediante el sistema integrado. Finalmente, se produce el encuentro físico en el punto turístico, donde se ejecuta el servicio (tour), apoyado por elementos visibles como banners de identificación.

En el backstage, intervienen el equipo técnico y de diseño UX, quienes garantizan el correcto funcionamiento del sistema de onboarding, reservas y comunicación. Asimismo, el equipo de verificación valida la información del perfil para asegurar la

credibilidad del servicio. También se articula la coordinación logística y, en algunos casos, la participación de aliados locales.

El soporte en esta fase incluye sistemas automatizados, la plataforma digital, el calendario de reservas, la sección de reseñas y herramientas físicas como banners en el punto de encuentro y checklist del tour. Estos recursos aseguran una experiencia organizada, confiable y profesional tanto para el guía como para el turista.

FASE DESPUÉS: Evaluación y crecimiento

En la etapa final, el servicio se enfoca en consolidar la confianza y promover el crecimiento del emprendimiento.

Desde el frontstage, el guía recibe y gestiona las reseñas de los turistas mediante un sistema de feedback facilitado por códigos QR y mensajes automatizados. Posteriormente, accede a la sección de análisis donde puede visualizar sus ingresos, reservas y desempeño general. Finalmente, utiliza esta información para planificar nuevas experiencias y proyectar el crecimiento de su negocio.

En el backstage, intervienen los sistemas de procesamiento de datos y el equipo estratégico, quienes se encargan de analizar la información generada y ofrecer recomendaciones de mejora. Este análisis permite optimizar la visibilidad y el desempeño del emprendedor dentro de la plataforma.

El soporte de esta fase incluye herramientas como la sección de reportes financieros, historial de datos, sistema de reputación, QR para reseñas y módulos de recomendaciones dentro de la plataforma. Estos recursos permiten cerrar el ciclo del servicio y generar un proceso continuo de mejora.

2.3.2. Artefacto(s)

La operatividad del servicio Conecta Pachacamac se sostiene en una serie de artefactos y recursos tanto digitales como físicos que permiten asegurar una experiencia fluida, confiable y profesional para los emprendedores turísticos.

En la fase previa (antes del servicio), los principales artefactos están orientados a la captación y capacitación de los emprendedores. Se utilizan anuncios digitales en redes sociales (Facebook e Instagram Ads) como primer punto de contacto. A esto se suma la página web oficial con formularios de registro, correos institucionales de contacto y materiales informativos. Para la capacitación, se emplean plataformas de videollamadas como Zoom o Google Meet, acompañadas de presentaciones visuales y videos explicativos que facilitan el aprendizaje del uso de la plataforma.

Figura 9: Publicidad atractiva a través de Ads en Instagram y Facebook. (Fuente: propia)



Figura 10: *Landing Page informativa con formulario de contacto (Fuente: propia)*



Durante el servicio, los artefactos se centran en la gestión operativa dentro de la plataforma. Destacan el sistema de onboarding, donde el emprendedor completa su perfil, el calendario digital para organizar disponibilidad y la sección de gestión de reservas y comunicación con clientes. Asimismo, se integran elementos físicos como banners en el punto de encuentro para facilitar la identificación del guía. También se utilizan herramientas internas como el checklist del tour, que permite estandarizar la experiencia ofrecida al turista.

Figura 11: *Banner publicitario para recepcionar a los clientes. (Fuente: propia)*



En la fase posterior (después del servicio), los artefactos están enfocados en la retroalimentación y mejora continua. Se implementa un sistema de reseñas mediante códigos QR que permiten al turista dejar su opinión de manera rápida. Esta información se visualiza en el panel de reseñas dentro de la plataforma. Además, se incluyen herramientas de análisis como reportes financieros, historial de datos y métricas de desempeño, que permiten al emprendedor tomar decisiones estratégicas. Finalmente, la sección de recomendaciones dentro de la plataforma sugiere oportunidades de mejora y crecimiento del negocio.

En conjunto, estos artefactos permiten no solo la ejecución del servicio, sino también la generación de confianza, organización y sostenibilidad para los emprendedores turísticos de Pachacamac.

2.3.3. Experimentos

El proceso de validación del servicio **Conecta Pachacámac** se desarrolló a partir de una metodología iterativa, organizada en dos fases principales. El objetivo fue asegurar que la propuesta no solo respondiera a las necesidades del arquetipo (guía local), sino que también fuera viable desde la perspectiva del turista y del sistema turístico en general.

Se utilizó un enfoque cualitativo, permitiendo comprender tanto los aspectos funcionales del servicio como las percepciones de confianza, uso y adopción digital.

Fase 1: Investigación exploratoria y validación del contexto

Antes del desarrollo del prototipo final, se llevó a cabo una etapa de diagnóstico basada en entrevistas y observación, con el fin de entender la problemática desde diferentes perspectivas.

- **Validación del usuario (emprendedores locales):**
  Se realizaron entrevistas a guías turísticos de Pachacámac, lo que permitió identificar sus principales dificultades, como la falta de visibilidad, la dependencia de agencias y la incertidumbre en la llegada de clientes. Esta etapa confirmó que el problema no era la falta de oferta, sino la dificultad para conectar con la demanda.

- **Validación del usuario (turistas):**
  Se entrevistó a turistas nacionales y extranjeros, quienes indicaron que su decisión de compra se basa principalmente en la confianza, las reseñas y la facilidad de reserva. Se identificó una preferencia por plataformas claras, seguras y con información completa.

- **Observación del entorno:**

  Se realizaron visitas de campo en Pachacámac, donde se evidenció la concentración de turistas en puntos específicos, la baja presencia digital de los emprendedores y la falta de integración entre servicios. Esto permitió entender el contexto real donde operaría la solución.

Esta fase permitió construir una visión integral del problema y validar la necesidad de una plataforma que centralice la oferta turística local.

Fase 2: Validación del prototipo y testeo de la experiencia

Una vez definida la propuesta, se desarrollaron prototipos de media y alta fidelidad, los cuales fueron evaluados a través de pruebas de usuario.

- **Testeo con emprendedores (guías):**

  Se presentó el prototipo del dashboard y las herramientas de gestión a guías turísticos, evaluando la facilidad de uso, comprensión de la plataforma y percepción de valor. Se identificó que la simplicidad de la interfaz y el uso de elementos claros (calendario, reservas, ingresos) facilitaban la adopción, incluso para usuarios con bajo nivel tecnológico.

- **Testeo con turistas:**

  Se evaluó el flujo de navegación del lado del usuario turista (búsqueda, selección, perfil del guía y pago). Los resultados mostraron que la presencia de reseñas, fotos reales y disponibilidad visible aumentaba significativamente la confianza en la elección.

- **Simulación del servicio completo:**

  Se simuló el recorrido completo del servicio (desde la búsqueda hasta la experiencia y la reseña), permitiendo identificar puntos de mejora en la claridad de la información, los llamados a la acción y el proceso de pago.

Síntesis de mejoras post-validación

A partir de los experimentos realizados, se implementaron mejoras clave en el diseño del servicio:

- Se simplificó el proceso de creación de perfil para reducir la fricción en el onboarding
- Se reforzó la visibilidad de reseñas y calificaciones para aumentar la confianza del turista
- Se incorporó un calendario más claro para mejorar la organización del guía
- Se optimizó el flujo de reserva y pago para hacerlo más intuitivo

- Se fortaleció el enfoque del sistema como herramienta de autonomía para el emprendedor

El proceso de validación permitió confirmar que **Conecta Pachacámac** responde efectivamente a las necesidades del arquetipo, al mismo tiempo que mejora la experiencia del turista. Asimismo, evidenció que la combinación de confianza digital, facilidad de uso y herramientas de gestión es clave para transformar la actividad turística local en un modelo más sostenible y organizado.
La experimentación permitió validar que la solución no solo es viable, sino necesaria para reducir la brecha entre la oferta local y la demanda turística.

III. Conclusiones y recomendaciones

2.1. Conclusiones

A partir del desarrollo del proyecto **Conecta Pachacámac**, se concluye que las principales barreras para la participación de los emprendedores turísticos locales no se deben únicamente a la falta de visitantes, sino a factores estructurales como la baja visibilidad digital, la falta de confianza por parte de los turistas y la dependencia de intermediarios.

El proceso de investigación permitió identificar que los guías locales cuentan con propuestas de valor auténticas y diferenciadas, pero carecen de herramientas que les permitan posicionarse de manera competitiva dentro del mercado turístico. En este sentido, la creación de una plataforma digital centralizada se plantea como una solución viable para reducir estas brechas.

Asimismo, el diseño del servicio evidenció que la incorporación de elementos como perfiles verificados, sistemas de reseñas, pagos digitales y herramientas de gestión contribuye significativamente a generar confianza, tanto en el emprendedor como en el turista. Esto no solo mejora la experiencia de uso, sino que también permite una mayor autonomía en la gestión del negocio.

Por otro lado, el desarrollo del blueprint del servicio permitió comprender la importancia de articular correctamente las acciones visibles e invisibles del sistema,

demostrando que la experiencia del usuario depende tanto de la interfaz como de los procesos internos que la respaldan.

Finalmente, se concluye que **Conecta Pachacámac** no solo funciona como un canal de conexión entre oferta y demanda, sino como una herramienta de empoderamiento económico que permite a los guías locales convertirse en emprendedores más autónomos, contribuyendo así a un modelo turístico más equitativo y sostenible.

2.2. Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos, se plantean las siguientes recomendaciones para el desarrollo futuro del servicio:

En primer lugar, se recomienda continuar con la validación del prototipo mediante pruebas con usuarios reales, tanto emprendedores como turistas, con el fin de identificar oportunidades de mejora en la usabilidad, confianza y funcionalidad de la plataforma.

En segundo lugar, se sugiere fortalecer los procesos de capacitación digital para los guías locales, ya que uno de los principales retos identificados es la adaptación tecnológica. Brindar acompañamiento continuo facilitará la adopción del sistema y aumentará su efectividad.

Asimismo, se recomienda establecer alianzas estratégicas con actores clave del sector turístico, como municipalidades, agencias locales o instituciones de promoción, con el objetivo de ampliar la visibilidad de la plataforma y generar mayor flujo de visitantes hacia Pachacámac.

Por otro lado, sería importante implementar estrategias de marketing digital enfocadas en posicionar el destino y las experiencias locales, utilizando redes sociales, contenido visual y testimonios de usuarios para generar mayor confianza en potenciales turistas.

También se sugiere incorporar mejoras progresivas en la plataforma, como sistemas de recomendación personalizados, paquetes integrados y herramientas de análisis

más avanzadas que permitan a los emprendedores optimizar sus servicios y aumentar sus ingresos.

Finalmente, se recomienda evaluar la posibilidad de escalar el modelo a otros destinos con características similares, replicando el sistema en comunidades que también enfrentan dificultades de visibilidad y acceso al mercado turístico.

Este proyecto demuestra que, a través del diseño de servicios, es posible generar soluciones que no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también contribuyen al desarrollo económico y social de comunidades locales.

IV. Referencias Bibliográficas

- PromPerú. (2022). *Perfil del turista nacional y extranjero en el Perú*. https://www.promperu.gob.pe
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2022). *Reducir las desigualdades: ODS 10*. https://www.undp.org
- Chevarría Sotelo, E., Nielsen Menacho, K., Salazar Bell-Taylor, V., & Wong Ramos, A. (2019). *Plan estratégico de marketing: ecoturismo y áreas naturales protegidas en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Leveau Barbarán, M., Valdivia Chacón, J., & Venancio Chávez, P. (2020). *Marketing ecológico y turismo sostenible en el Perú: una visión sistemática*. Universidad Peruana Unión.
- Tripadvisor. (s.f.). *Pachacamac Ruins: Opiniones de viajeros*. https://www.tripadvisor.es/ShowUserReviews-g294316-d312033-r135999010-Pachacamac_Ruins-Lima_Lima_Region.html
- Vlog de Anfer. (s.f.). *Pachacamac ¿Qué lugares visitar? Escápate al sur de Lima* https://www.youtube.com/watch?v=v4UvKPfBZg0
- Municipalidad de Pachacámac. (s.f.). *Municipalidad de Pachacámac*. Facebook. http://facebook.com/MunicipalidadPachacamac/

V. Anexos

4.1. Herramientas de Recojo de Información

4.1.1 Anexo 1: Guía de Entrevistas a comuneros, emprendedores y familias locales

Hola, gracias por tu tiempo. Soy estudiante de Toulouse, esta entrevista forma parte de un proyecto académico sobre turismo comunitario en Lima rural y periurbana. El objetivo es entender la experiencia de comuneros, familias y emprendedores locales que ofrecen servicios turísticos, especialmente en relación a la visibilidad y el acceso a oportunidades. No hay respuestas correctas o incorrectas, y la información será usada solo con fines académicos.

Preguntas de introducción

- ¿Podrías contarnos brevemente qué experiencia turística ofreces y desde cuándo?
- ¿Como surgió la idea de tu empresa?
- ¿Cómo suelen llegar actualmente los visitantes a tu experiencia?
- ¿Desde cuándo reciben visitantes con regularidad?
- ¿Hay temporadas donde no llega nadie? ¿Por qué cree que pasa?

Preguntas específicas

- ¿Qué dificultades enfrentas para recibir visitantes de manera constante?
- ¿Sientes que tu emprendimiento tiene menos oportunidades que agencias o empresas más grandes? ¿Por qué?
- ¿Dependes de alguien externo (agencia, guía, operador) para que lleguen turistas? ¿Qué pasa si dejan de traer visitantes?
- ¿Qué crees que hace que un turista elija una agencia grande en lugar de venir directamente contigo?
- Cuando llegan turistas, ¿quiénes dentro de la comunidad se benefician económicamente?
- ¿Sientes que el sistema turístico actual es justo para ustedes? ¿Por qué?

Visión del futuro, expectativas y conclusiones

- ¿Qué tendría que pasar para que reciba visitantes más seguido?
- Si pudiera cambiar algo del turismo en la zona ¿qué sería?

Cierre

- ¿Conoce a otro emprendedor que tenga una experiencia diferente a la suya?
- ¿Hay algo importante que no te hayamos preguntado y que te gustaría agregar?

Muchas gracias por su tiempo, la información recolectada tiene mucho valor para nuestro proyecto por lo que procederemos a analizarla, hasta luego.

4.1.2 Anexo 2: Guía de entrevista para los turistas nacionales y extranjeros

Preguntas de introducción

Hola, gracias por tu tiempo. Esta entrevista forma parte de un proyecto académico sobre turismo comunitario en Lima y sus alrededores. El objetivo es entender cómo los turistas extranjeros buscan, descubren y eligen experiencias turísticas en Perú, especialmente aquellas fuera de los circuitos tradicionales. No hay respuestas correctas o incorrectas y la información será utilizada únicamente con fines académicos.

- ¿Cuándo viajas prefieres tours organizados o experencias independientes? ¿Por qué?
- ¿Alguna vez viste una experiencia local pero no te animaste a ir? ¿Cómo tomaste la decisión final de elegir esa opción?
- ¿Qué te haría descartarla inmediatamente?
- ¿Necesitas reseñas? ¿cuántas?
- ¿Aceptarías pagar antes de llegar?
- ¿Qué te da más seguridad: agencia, web o persona local?

Preguntas específicas

- ¿Qué te preocupa cuando reservas una experiencia con una familia o comunidad local?
- ¿Qué señales te hacen sentir que una experiencia es confiable?
- Si ves la misma experiencia ofrecida por una agencia grande y por una familia local, ¿cuál elegirías y por qué?
- ¿Te sentirías cómodo pagando directamente a una persona sin intermediarios? ¿Por qué?
- ¿Qué tipo de garantía necesitas para sentirte tranquilo al reservar?

Visión del futuro, expectativas y conclusiones

- ¿Qué tendría que cambiar para que elijas con más frecuencia experiencias ofrecidas directamente por comunidades locales?
- ¿Estarías dispuesto a asumir un pequeño nivel de incertidumbre si supieras que el dinero llega directamente a la comunidad?
- ¿Cómo imaginas una experiencia comunitaria ideal en términos de seguridad y organización?

Cierre

- ¿Hay algo importante que no te hayamos preguntado y que te gustaría agregar?

Muchas gracias por su tiempo, la información recolectada tiene mucho valor para nuestro proyecto por lo que procederemos a analizarla, hasta luego.

4.2 Resultados y conclusiones de las entrevistas

4.2.1 Entrevista e insights de emprendedores entrevistados

Figura 12: *Ficha de la entrevista e insights del emprendedor entrevistado 1 (Fuente: propia)*

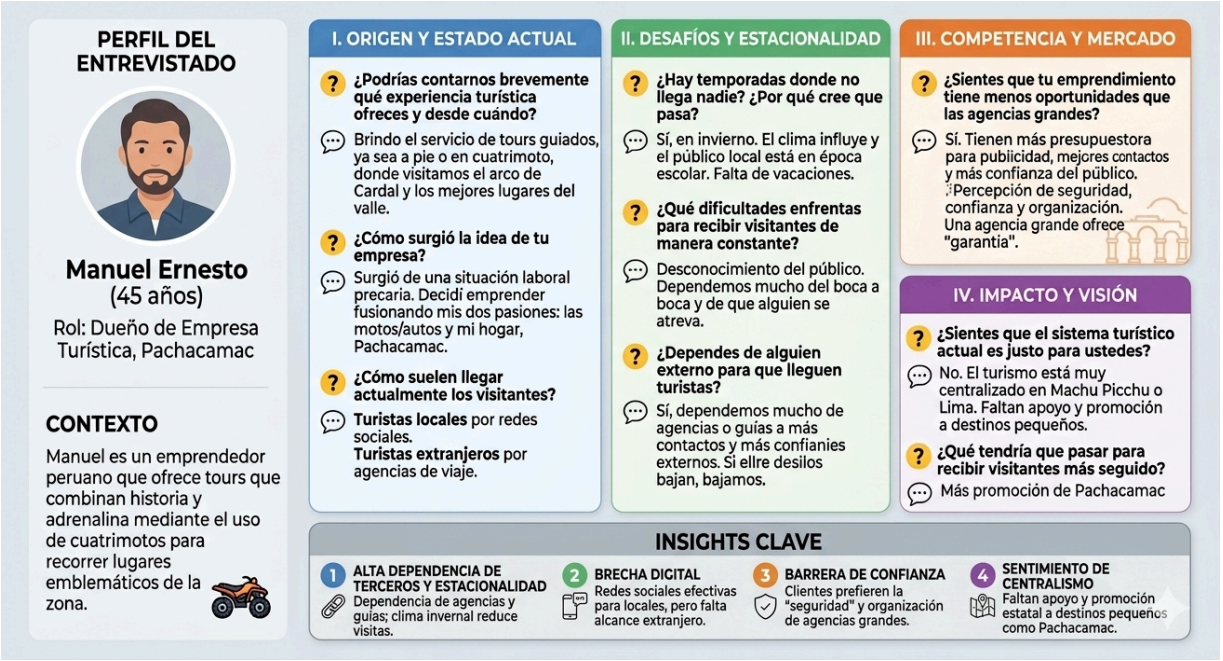


Figura 13: *Ficha de la entrevista e insights del emprendedor entrevistado 2 (Fuente: propia)*



4.2.2 Entrevista e insights de turistas entrevistados

Figura 14: *Ficha de la entrevista e insights del turista 1 (Fuente: propia)*



Figura 15: *Ficha de la entrevista e insights del turista 2 (Fuente: propia)*



4.3 Testeo del servicio con los entrevistados

Figura 16: *Testeo de Conecta Pachácamac (Fuente: propia)*



4.4 Información recolectada en campo

Perfil del Visitante y Alcance

- **Pachacamac:** El público es mayoritariamente **local o residente cercano**. No existe un flujo constante de extranjeros como en otros polos turísticos del país.
- **Dinámica Local:** La actividad se concentra en la Plaza de Armas, especialmente los fines de semana, donde los emprendedores locales venden productos en ferias itinerantes.

Infraestructura y Servicios (La Brecha del Millón)

- **Pachacamac (Lima):** Cuenta con infraestructura básica (museo de sitio, guías locales y hospedajes rurales). Su enfoque actual es el turismo escolar y las visitas de un solo día (full-days).
- **Machu Picchu (Cusco):** Mueve más de **1 millón de visitantes al año**. Posee una logística masiva: trenes, buses oficiales, hoteles de lujo y una ciudad entera (Aguas Calientes) dedicada al servicio del turista.

El Desafío del Emprendedor Local

- **Especialización vs. Paquetes:** Los emprendedores de Pachacamac suelen ofrecer un solo servicio (ej. solo tours en cuatrimoto). Esto genera una **desventaja competitiva** frente a las grandes agencias que venden "packs completos" (todo incluido).
- **Informalidad Digital:** Existe una presencia casi nula en redes sociales. Muchos emprendedores no cuentan con buenas fotos, tienen pocas o ninguna reseña en plataformas, y no brindan información clara sobre cómo reservar.

Publicidad y Promoción Estatal

- **Centralismo Publicitario:** Pachacamac depende casi exclusivamente de la publicidad de su municipalidad y reportajes aislados.
- **El Contraste:** Mientras que destinos icónicos reciben promoción masiva del gobierno y organismos oficiales de turismo a nivel mundial, Pachacamac lucha por ser descubierto por falta de conocimiento y visibilidad mediática.

Insights para "Conecta Pachacamac"

- **La oportunidad:** Existe un vacío de información digital que tu plataforma puede llenar.
- **La solución:** Ayudar al emprendedor a "empaquetar" su servicio y darle la visibilidad (fotos, reseñas, sistema de reserva) que hoy solo tienen las grandes agencias.
- **El objetivo:** Pasar de un turismo de "paso" a una experiencia de destino organizada.