ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”

PESCA CON CHORRILLOS

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en

Arquitectura de interiores

AUTOR:

JOSÉ ALBERTO ÑAHUI CUSI

https://orcid.org/0009-0000-9882-7011

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en

Comunicación audiovisual multimedia

AUTOR:

RAFAEL GERMAN HUERTAS MONTERO

https://orcid.org/0009-0002-8591-0881

Asesor

JUAN PABLO ARENAS VARGAS

https://orcid.org/0009-0006-3325-3938

Lima - Perú
2025

%C3%91AHUI CUSI JOSE ALBERTO 2018133892 - HUERTAS MONTERO RAFAEL GERMAN 2020151053.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:443326350

Submission Date
Mar 27, 2025, 7:20 PM GMT-5

Download Date
Mar 27, 2025, 7:34 PM GMT-5

File Name
ÑAHUI CUSI JOSE ALBERTO 2018133892 - HUERTAS MONTERO RAFAEL GERMAN 2020151053.pdf

File Size
3.8 MB

82 Pages

13,442 Words

77,307 Characters

7% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

6% Internet sources
1% Publications
3% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

Este proyecto de innovación tiene como nombre: “Creación de una página web para reducir la falta de conocimiento en el uso de redes sociales en la comercialización de productos marinos de pescadores artesanales del Terminal Pesquero de Chorrillos.”

Los pescadores artesanales del Terminal Pesquero de Chorrillos enfrentan dificultades para comercializar sus productos debido a la falta de conocimiento en herramientas digitales y redes sociales, lo que limita su acceso a mercados y reduce su competitividad. El público objetivo son pescadores de 20 a 70 años. La digitalización del sector pesquero artesanal es clave para mejorar su economía y posicionamiento en el mercado.

Se empleó la metodología Toulouse Thinking, adaptando entrevistas con pescadores, consultas con expertos en marketing digital y pruebas con usuarios. Se desarrolló un prototipo web, WhatsApp Business y un reel para redes sociales, priorizando la experiencia del usuario y la adopción de herramientas digitales.

La propuesta de valor consiste en facilitar la venta directa de productos pesqueros, reduciendo la dependencia de intermediarios mediante una plataforma digital que optimiza la comercialización, permitiendo la creación de catálogos digitales, comunicación con clientes y ventas directas, además de mejorar su presencia en redes sociales con estrategias de marketing digital.

Las sesiones de testeo con pescadores confirmaron la viabilidad de la plataforma, aunque se requiere capacitación adicional para su uso efectivo. Se desarrollaron las siguientes hipótesis: los pescadores están dispuestos a vender directamente; los clientes prefieren productos frescos sin intermediarios; las redes sociales son un canal efectivo de comercialización; los pescadores

pueden manejar herramientas digitales; los consumidores pagarán un precio justo por calidad; la logística de entrega puede ser eficiente sin afectar la frescura; los pescadores adoptarán la tecnología sin barreras significativas; se podrá establecer un modelo sostenible sin subsidios.

El prototipo desarrollado permitió optimizar la distribución y presencia en el mercado. Los pescadores mostraron una actitud receptiva, ya que la digitalización era una necesidad latente. Se validó la importancia de la plataforma para mejorar la comercialización, identificando la necesidad de fortalecer la capacitación en redes sociales y comercio electrónico. Se evidenció que la digitalización puede mejorar la autonomía económica de los pescadores y reducir la dependencia de intermediarios. Aunque tienen acceso a la tecnología, la falta de formación y conectividad limita su aprovechamiento. Usan redes sociales, pero sin estrategias efectivas, y el uso de herramientas como GPS sigue siendo limitado.

En conclusión, la implementación de una página web es una solución viable para fortalecer la competitividad de los pescadores artesanales. Los próximos pasos incluyen implementar un programa de capacitación digital, establecer alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y ONGs, y optimizar la plataforma con herramientas de comercio electrónico. Este proyecto representa una oportunidad para modernizar la comercialización de productos marinos y fortalecer la economía local del sector pesquero artesanal.

El proyecto contribuye al área de competitividad y diversificación industrial en el sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, facilitando la digitalización de los pescadores artesanales para mejorar la comercialización de sus productos a través de herramientas tecnológicas y redes sociales.