ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

MÓDULO DE VENTA PARA REDUCIR INTERMEDIARIOS, FORTALECIENDO LA AUTONOMÍA Y ACCESO JUSTO DE LOS PESCADORES ARTESANALES DE LA PLAYA PESCADORES DE CHORRILLOS

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en

Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

MARÍA ALEJANDRA QUISPE SEMINARIO

https://orcid.org/0000-0002-6575-1484

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en

Arquitectura de Interiores

AUTOR:

SANDRA MELISSA ALARCÓN BARRERA

https://orcid.org/0009-0002-3516-784X

Asesor:

JONATAN FREDDY SAYAN CHUMBIRIZO

https://orcid.org/0000-0002-3436-5249

Lima - Perú

2025

Informe Grupo 3.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:457114047

Submission Date
May 8, 2025, 6:20 PM GMT-5

Download Date
Jun 5, 2025, 4:36 PM GMT-5

File Name
Informe Grupo 3.pdf

File Size
23.9 MB

69 Pages

13,859 Words

76,013 Characters

4% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

3% Internet sources
2% 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.

Resumen del Trabajo de Investigación

La investigación se realizó en la Playa Pescadores del distrito de Chorrillos - Lima, con el objetivo de analizar el comportamiento de la actividad pesquera artesanal y mostrar la deficiencia de la tercerización en la cadena comercial. Se identificó que los pescadores artesanales enfrentan dificultades al comercializar sus productos de manera justa y eficiente debido a la dependencia de intermediarios.

La metodología empleada incluyó el análisis del entorno social y económico de los pescadores de manera práctica, combinando la investigación en el área a desarrollar , centrándonos en el diseño específico para el usuario y validando las necesidades mediante pruebas piloto usando lentes de Realidad Virtual para una experiencia más auténtica del espacio a desarrollar.

La Asociación de Pescadores José Olaya Balandra es nuestro principal beneficiario del proyecto, quienes enfrentan limitaciones en el comercio directo, para lo que se propuso desarrollar un módulo de venta directa que les permita tener más visibilidad y libre de tercerización generando así ganancias continuas. El módulo responde a problemáticas del sector pesquero artesanal como son la informalidad y la falta de acceso a tecnologías.

Como resultado se implementa una herramienta que facilita la gestión de pedidos, hace visible la oferta pesquera, permite pagos y publicidad con medios digitales contribuyendo así a fortalecer la economía local mejorando sus ingresos, la autonomía de los pescadores y fortaleciendo la relación entre los participantes en la

cadena de venta pesquera, a su vez, alineándose con tendencias de consumo y comercio responsable.

Palabras claves: pesca artesanal, intermediarios , módulo, ventas.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del problema…….6
2. Justificación……....2
3. Reto de Innovación…….…3
4. Sustento teórico……..….4
   4.1 Estudios previos…….…...4
   4.2 Marco teórico……....7
5. Beneficiarios……..12
6. Modelo de negocio……..……..13
   6.1 Reto……..
   6.2 Propuesta de valor……13
   6.3 Segmento de clientes……14
   6.4 Canales…….……15
   6.5 Relación con los clientes……..16
   6.6 Actividades clave…….17
   6.7 Recursos clave…….18
   6.8 Aliados clave……19
   6.9 Fuentes de ingreso……20
   6.10 Impacto…….…….……..21
   6.11 Presupuestos……...22
7. Resultados…….….23
8. Conclusiones…….….25
9. Bibliografía…….……...27
10. Anexos……...29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Presupuestos* …….. 1

Tabla 2. *Nombre de la tabla* …….. 4

1. Contextualización del Problema

La pesca artesanal, reconocida por la Organización Mundial de las Naciones Unidas como parte fundamental de la seguridad alimentaria y el desarrollo sostenible, es clave para el sustento de millones de personas alrededor del mundo. En el caso del Perú, especialmente en la costa limeña, esta práctica representa una tradición generacional que refuerza los vínculos comunitarios y constituye el principal sustento económico de miles de familias. Según la ONU, empoderar a los pescadores artesanales es vital para erradicar el hambre, conservar los océanos y garantizar medios de subsistencia sostenibles (FAO. 2022). Se redactará de forma clara, precisa y sencilla cómo el problema elegido afecta a las personas, comunidad, estado y/o planeta en cuanto a los factores: corporal, económico, ambiental, ocupacional, intelectual, espiritual, social y emocional, según sea el caso.

Independientemente de su relevancia cultural y social, la pesca artesanal enfrenta una serie de desafíos económicos, especialmente en términos de formalización. Aproximadamente el 60 % de los pescadores artesanales operan al margen de la informalidad, lo que puede derivar a consecuencias legales como recibir multas, ser sancionados y perder sus productos o herramientas de trabajo. Esta situación también representa un obstáculo para la gestión pesquera, ya que dificulta el control y seguimiento preciso de las capturas de los recursos (SPDA, 2023). También debe considerarse el problema de los espacios de venta inadecuados, que a menudo no atienden sus necesidades reales, afectando la preservación de los productos, el flujo de trabajo y su rentabilidad (Flores et al., 2021)

Ante este escenario, proponemos la creación de un módulo de venta diseñado específicamente para quienes se dedican a la pesca artesanal, que se adapte a sus dinámicas de trabajo y venta directa del pescado, sino que también serviría como punto de encuentro entre productores y consumidores, reduciendo la dependencia de intermediarios. Además, permitiría visibilizar su trabajo y facilitar procesos de formalización al integrarlos a un entorno con más organización. Experiencias exitosas en el exterior, como el centro AZTI en Cantabria, han demostrado que adaptar soluciones tecnológicas o logísticas a las necesidades del pescador mejora de manera notable la eficiencia y sostenibilidad de la actividad (Lekanda et al., 2024).

La pesca artesanal representa un pilar invisible pero fundamental para la economía y cultura del litoral peruano. Sin embargo, la falta de acceso directo a un mercado limita su crecimiento económico y perpetúa su dependencia de terceristas. La investigación se centrará en analizar el problema de la falta de acceso directo a un mercado para los pescadores artesanales, quienes dependen de intermediarios que reducen sus ganancias. Este sector, crucial para la economía del Perú, constituye una comunidad poco visible, pero fundamental. Tomará lugar en la Playa Pescadores del distrito de Chorrillos, reunirá información del estado actual y lo que se proyecta realizar en el lugar, de la mano de la Asociación de Pescadores Artesanales José Olaya Balandra, con el objetivo de proponer soluciones que fortalezcan su autonomía y rentabilidad.

2. Justificación

2.1. Justificación social

La presente investigación se justifica socialmente por su potencial para mejorar la comercialización de los pescadores artesanales de la Playa Pescadores, fortaleciendo su autonomía económica y su rol en la seguridad alimentaria local. Además, este estudio reconoce el valor cultural de la pesca como una tradición arraigada en la identidad de Chorrillos, que merece ser protegida y promovida (PRODUCE, 2023).

2.2. Justificación práctica

Debido a la falta de acceso a mercados justos y sin intermediarios, esta investigación propone diseñar e implementar un módulo de venta adaptado a sus necesidades, con el fin de mejorar sus ingresos y condiciones laborales. Este módulo no solo facilitará la comercialización directa de sus productos, sino que también la formalización y la adopción de prácticas sostenibles (PRODUCE, 2022).

2.3. Justificación Práctica

Para abordar esta problemática, se adopta el enfoque del Innovation Challenge, adaptado al contexto peruano y estructurado en cuatro fases clave: En la etapa investigación se realizaron observaciones, entrevistas y un taller co-creativo que permitieron identificar necesidades y la dinámica del entorno. Luego, en ideación, se generaron soluciones creativas con la participación de pescadores; en validación, se diseñó y se prototipó el módulo de venta; y en transferencia, se está implementando y evaluando su impacto.

3. Reto de innovación

Módulo de venta para reducir intermediarios, fortaleciendo la autonomía y acceso justo de los pescadores artesanales de la Playa Pescadores de Chorrillos.

3.1. Pregunta general

¿De qué manera podemos fortalecer la autonomía y el acceso justo al mercado a los pescadores artesanales de la Playa Pescadores de Chorrillos?

3.2. Pregunta general

P1: ¿Cuáles son las necesidades de los pescadores artesanales de la Playa Pescadores de Chorrillos que serán atendidas con la creación del módulo de venta?

P2: ¿Qué recursos se van a necesitar para la creación del módulo de venta?

P3: ¿Cómo se determina el impacto generado por la reducción de comerciantes intermediarios mediante el módulo de venta en la Playa Pescadores de Chorrillos?

3.3. Objetivo general

Crear un módulo de venta para reducir la intermediación de comerciantes y fortalecer la autonomía de los pescadores artesanales de la Playa Pescadores de Chorrillos.

3.4. Objetivos específicos

O1: Identificar las necesidades de los pescadores artesanales de la Playa Pescadores de Chorrillos que serán atendidas con la creación del módulo de venta.

O2: Determinar los recursos necesarios para la creación del módulo de venta en la Playa Pescadores de Chorrillos.

O3: Reconocer el impacto generado por la reducción de comerciantes intermediarios mediante el módulo de venta en la Playa Pescadores de Chorrillos.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Villalba Amarilla (2024). Estrategias de comercialización de elementos de pesca en la ciudad de San Juan Bautista Misiones, Periodo 2023-2024. Para optar el título de Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Nacional de Pilar Pilar.

El objetivo principal de este estudio fue revisar las oportunidades de mejora y dar algunas sugerencias que ayuden a fortalecer el mercado local y a impulsar el desarrollo sostenible de la pesca en la región. Para esto, se hizo un estudio con enfoque cualitativo y cuantitativo, de tipo descriptivo, usando cuestionarios aplicados a los comerciantes del sector.

Los resultados del estudio muestran que existen desafíos en las estrategias de venta actuales, como la falta de equipos y la ausencia de una visión clara para promover y vender los productos.

Las conclusiones principales del estudio destacan que es necesario ajustar las estrategias de marketing y el trato al cliente, además de fomentar la participación de la comunidad local para ofrecer algo atractivo a los turistas que se interesan por la pesca.

La utilidad de esta tesis para la investigación actual está en la forma en que se analizan las estrategias de venta dentro de un entorno local, así como en la manera en que se identifican los problemas y oportunidades en un sector específico. Aunque el estudio se centra en temas relacionados con la pesca, su enfoque puede aplicarse para evaluar la situación de los pescadores artesanales de Chorrillos y apoyar la idea de implementar un módulo de venta directa.

Escalante (2021). Estudio del impacto de la pesca industrial y las políticas pesqueras en la condición sociocultural de los pescadores artesanales del puerto de Matarani, distrito de Islay de la Región Arequipa. Para optar por el título profesional de Licenciado en Antropología. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

El objetivo principal de esta investigación es analizar la situación sociocultural actual del sector de la pesca artesanal y los cambios que se han hecho frente al crecimiento de la pesca industrial y las políticas públicas que están en vigencia en el sector pesquero.

El resultado busca analizar el sector de la pesca artesanal en Matarani, a las personas que forman parte de él, los recursos que se utilizan y cómo la comunidad local ve este sector, proponiendo ideas que incluyan una política pública pesquera más inclusiva, que permita al gobierno local tomar medidas a favor de la pesca artesanal.

La conclusión de la investigación señala que la pesca artesanal en Matarani enfrenta desafíos como la informalidad, infraestructura deficiente y poco control en donde el sector que prevalece es la pesca industrial. Para el reconocimiento del valor cultural y la defensa de los pescadores de la zona de estudio, son clave las organizaciones sociales, siendo fundamental que las políticas públicas atiendan las carencias y promuevan la sostenibilidad del sector.

La utilidad de este artículo para la presente investigación se basa en la propuesta de formalizar la pesca artesanal, dando mayor fuerza al papel de las organizaciones sociales de pescadores y fortaleciendo el sector a través del ordenamiento pesquero y la gestión comercial con un enfoque ambiental.

Loayza (2020). Estandarización de métodos y parámetros de control de calidad en la pesca artesanal. Para optar por el título de Ingeniero Industrial. Universidad de ingeniería y tecnología.

El objetivo de su estudio fue reconocer los factores clave que afectan la cadena de valor de la pesca artesanal en Lima, Chorrillos, con el propósito de establecer

métodos y criterios de control de calidad que garanticen la frescura del pescado, mostrando la utilidad del pH como un indicador importante.

El resultado de esta investigación es la propuesta de un sistema de control de calidad para la pesca artesanal, específicamente en Lima, Chorrillos, donde se identifican factores clave que afectan la cadena de valor. También se sugieren métodos y parámetros para asegurar la frescura del pescado, demostrando que el pH es un indicador importante para medirla. Finalmente, esta propuesta ayuda a mejorar la calidad del producto pesquero, beneficiando a todos los involucrados.

La investigación concluye sobre la efectividad del ph como indicador de frescura y propone estrategias para comunicar esta información al consumidor final con el fin de mejorar los ingresos de los pescadores artesanales.

La utilidad se visualiza al mejorar la calidad de la pesca artesanal mediante un sistema claro y estandarizado de control. Al identificar los factores que afectan la frescura del pescado, esta investigación nos brinda métodos y parámetros para asegurar que el producto sea de alta calidad.

Ñiquén (2023). Centro de producción de pesca artesanal y formación gastronómica en el distrito Santa Rosa-Chiclayo-Lambayeque. Para optar por el título profesional de arquitecta. Universidad San Martin de Porres.

El objetivo es unir espacios que sirvan para la extracción, el procesamiento y la exportación de productos pesqueros, además de incluir zonas para la formación en gastronomía, promoviendo una infraestructura que favorezca tanto a la comunidad pesquera como al entorno urbano.

El resultado es el diseño de una infraestructura completa que une la extracción, el procesamiento y la venta de productos pesqueros con áreas para la formación gastronómica. Se busca así fomentar el desarrollo sostenible del sector pesquero mediante un edificio funcional y bien ubicado, entre la costa y la ciudad, facilitando el acceso

La investigación concluye con la creación del diseño de un centro de producción de pesca artesanal y formación gastronómica en Santa Rosa, siendo una solución viable para lograr el desarrollo económico local, fortalecer la cadena productiva pesquera y revalorizar la identidad cultural de la zona. Este lugar permitirá promover una integración sostenible entre la actividad pesquera y la comunidad

La utilidad de esta tesis radica en presentar una solución para el desarrollo económico y social, mediante la creación de un centro que integre la pesca artesanal con la formación en gastronomía. Este diseño no solo mejora las condiciones laborales de los pescadores, sino que también genera nuevas oportunidades y fomenta la sostenibilidad del sector pesquero.

Reyes Cangahuala, R., Cardenas Gomez, G. L., & Centeno Vasquez, C. M. (2022). Análisis de la metodología Inbound Marketing aplicable a una empresa pesquera social peruana (Trabajo de licenciatura, Universidad Pontificia Católica del Perú).

El objetivo de esta investigación es evaluar y mejorar las herramientas de marketing digital que usa Fishbox, marca de Sustainable Fishery Trade (SFT), aplicando la metodología de Inbound Marketing propuesta por HubSpot. Se busca revisar el uso actual de estas herramientas, encontrar áreas para mejorar e implementar estrategias digitales más efectivas que ayuden a atraer y mantener clientes, siguiendo los principios de pesca responsable y sostenible que promueve la marca.

La investigación evidenció que Fishbox no cuenta con un Buyer Persona claramente definido, lo que dificulta la segmentación efectiva de sus acciones digitales. Además, su estrategia está centrada principalmente en contenidos promocionales, dejando de lado la creación de contenido educativo y útil que podría atraer y fidelizar a clientes potenciales, un aspecto clave en la metodología Inbound Marketing.

Como conclusión, sugiere que Fishbox optimice sus herramientas digitales y se alinee con la metodología Inbound, definiendo su Buyer Persona de forma precisa y redirigiendo sus esfuerzos hacia la creación de contenidos de valor que respondan a las necesidades del cliente ideal. Esta estrategia permitirá fortalecer su posicionamiento

como una marca socialmente responsable y sostenible, potenciando su capacidad para atraer, convertir y fidelizar clientes.

La tesis resulta útil para el proyecto del módulo de venta fijo, ya que ofrece estrategias basadas en el Inbound Marketing que pueden aplicarse para atraer y fidelizar clientes de forma directa. Esto permitirá a los pescadores artesanales optimizar sus ganancias al eliminar intermediarios y fortalecer su posicionamiento como proveedores de productos sostenibles y de calidad.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Conceptualización de un Módulo de Venta

Según Letona García Godos (2024), un módulo de venta es una estructura operativa dentro de un mercado que debe ser adaptable, desmontable y capaz de cumplir múltiples funciones, permitiendo asi su adecuación a las dinámicas del entorno comercial. Además resalta la importancia del diseño, la ergonomía y las condiciones higiénicas con el fin de asegurar la comodidad y seguridad de quienes hacen uso del mismo o lo visitan.

4.2.2. Características de un Módulo de Venta

Rubio (2020) señala que las características del módulo responden a lineamientos que priorizan la eficiencia espacial y la comodidad del usuario en el mercado pesquero. A través de imágenes renderizadas, se representan las zonas clave que impactan directamente en la comercialización de productos, mientras los espacios han sido

establecidos cuidadosamente para evitar sensaciones de saturación frente a la alta demanda de usuarios. Además, la organización permite una distribución ordenada y funcional, optimizando el uso de los espacios. Finalmente, la circulación está diseñada con base al comportamiento de los usuarios, considerando distancias cortas que favorecen un recorrido ágil y cómodo.

4.2.3. Etapas de la creación de un Módulo de Venta

a. Planificación

La planificación es el proceso inicial donde se identifican las necesidades del proyecto, se establecen objetivos claros y se definen los recursos necesarios. Según Del Río (2019), esta etapa permite organizar el trabajo, asignar responsabilidades y prever posibles obstáculos, asegurando una ejecución óptima del proyecto.

b. Diseño de arquitectura:

Arentsen et al. (2025) define el diseño arquitectónico como el proceso de planificación y creación de espacios físicos destinados a actividades comerciales, con el objetivo de optimizar la funcionalidad, la experiencia del cliente y la identidad de la marca. Este proceso incluye aspectos como la distribución del espacio, la iluminación, los materiales y la señalización para crear un entorno atractivo y eficiente que impulse las ventas y mejore la satisfacción del cliente.

c. Construcción:

Ávila (2022) señala que la fase de construcción corresponde al momento en que las ideas y el diseño previamente elaborados toman forma física, destacando que la

correcta ejecución y el control de calidad son esenciales para garantizar que el resultado final cumpla con los requisitos previstos.

d. Testeo:

Ulloa y Díaz (2020), describen el testeo como una fase esencial en el desarrollo de prototipos funcionales, en el cual se validan las funcionalidades y se asegura que el producto cumpla con las expectativas y necesidades del usuario final.

4.2.4. Difusión de un Módulo de Venta por redes sociales

La difusión de un módulo de venta por redes sociales tiene como objetivo atraer y fidelizar clientes, analizando herramientas de marketing digital acomodadas a la realidad actual de la marca. Según Cruz y González (2023), la implementación de estrategias de marketing digital permite a las empresas realizar análisis internos y utilizar diversos recursos que facilitan la difusión de sus proyectos, mejorando así su alcance y conexión con el público objetivo.

4.2.5. Importancia de la creación de un Módulo de Venta

Pastor (2013). La importancia de la creación de módulo de venta es que a través de la implementación de un modelo de negocio idóneo, se pretende contribuir de manera significativa a la mejora de su nivel económico, promoviendo prácticas más eficientes, sostenibles y rentables que favorezcan su crecimiento y estabilidad a largo plazo.

5. Beneficiarios

5.1. Actor central

Los actores centrales de este reto de innovación son los pescadores artesanales pertenecientes a la Asociación José Olaya de Chorrillos, un colectivo compuesto por aproximadamente 120 hombres y mujeres que viven de la pesca diaria. Estos pescadores enfrentan condiciones laborales precarias, ingresos inestables y pocas oportunidades para comercializar directamente sus productos, lo que limita su desarrollo económico y social y los hace depender en gran medida de la organización para mejorar sus condiciones (Galarza & Kámiche, 2013).

5.2. Actor directo

Como actores directos están los propios pescadores, quienes son los usuarios principales del módulo de venta propuesto, ya que a través de este espacio buscan optimizar la comercialización de sus productos. Estos pescadores, además de ser el motor operativo, mantienen una relación activa y cooperativa con la municipalidad de Chorrillos, entidad responsable de la gestión del muelle y del ordenamiento del espacio público. La municipalidad juega un papel clave para la viabilidad del proyecto, otorgando permisos, facilitando espacios y coordinando mejoras en la infraestructura, además de colaborar en la articulación con otros actores del territorio.

5.3. Actor indirecto

Por otro lado, los actores indirectos, que no intervienen de forma directa en la implementación pero pueden apoyar o influir en la sostenibilidad del proyecto, incluyen empresas privadas como RIFLO PA SAC, que han manifestado interés en aportar mano

de obra o materiales, así como en brindar apoyo en áreas como comunicación, marketing o tecnología. También participan organizaciones no gubernamentales que trabajan con comunidades pesqueras para promover prácticas responsables y sostenibles, ofreciendo asesoramiento técnico, capacitación y acompañamiento en la formalización, tal como lo hace la ONG Alianza por la Pesca. Finalmente, diversas entidades del Estado vinculadas a la pesca y el comercio local, como PRODUCE, son aliados estratégicos para impulsar la pesca artesanal sostenible, el consumo responsable de productos hidrobiológicos y la formalización del sector, además de facilitar el acceso a fondos y programas que mejoran las condiciones productivas y comerciales de los pescadores.

5.4. Arquetipo

El arquetipo desarrollado parte del nombre José Campos, un pescador artesanal con amplia experiencia en la caleta de Chorrillos. Proviene de una familia de pescadores, siendo esta actividad parte de su identidad cultural y su sustento económico. José es miembro activo de la Asociación José Olaya y se encarga no solo de la pesca diaria, sino también de aspectos logísticos. Entre sus principales dolores se encuentran la inestabilidad de ingresos, la falta de herramientas tecnológicas para mejorar sus procesos, y las malas condiciones de trabajo en el muelle. Sin embargo, valora profundamente el trabajo colectivo y el reconocimiento de su oficio. Una solución innovadora que le brinde seguridad, visibilidad y mejores canales de comercialización sería de gran valor para él y sus compañeros.

*Este reto de innovación tiene el potencial de impactar a más de 120 pescadores artesanales de la zona, quienes trabajan diariamente y dependen de esta actividad para mantener a sus familias. De manera indirecta, también beneficiaría a sus hogares, comunidades y a los consumidores locales que accedan a productos pesqueros más seguros y trazables. El sector involucrado es el de la pesca artesanal, una industria clave para el desarrollo económico en zonas costeras del Perú.

6. Modelo de Negocio

a. Reto

¿Cómo fortalecer la autonomía de los pescadores artesanales al reducir la intervención de intermediarios, garantizándoles un acceso equitativo y sostenible al mercado?

b. Propuesta de valor

Ayudamos a los pescadores artesanales a vender sus productos directamente en el puerto, sin depender de intermediarios. Instalamos un módulo de venta fijo que les permite ofrecer mariscos y pescados frescos directamente al público, mejorando sus ingresos, fortaleciendo su autonomía y aumentando su poder de negociación.

c. Segmento de clientes*

El modelo está enfocado a pescadores artesanales siendo ellos los beneficiarios con larga tradición familiar, experiencia desde muy pequeños y extenso conocimiento del mar y sus especies. Ellos ofrecen productos de alta calidad, obtenidos mediante técnicas sostenibles y tradicionales. Son personas trabajadoras, con gran facilidad de adaptación, pero batallan con barreras para acceder a mercados rentables. Finalmente su

actividad suele ser familiar, que incluye a sus esposas en el comercio local, lo que amplía y nos ayuda a reforzar el impacto de nuestro modelo. Por otro lado, el cliente directo es el consumidor final, restaurantes y aliados comerciales que compran y distribuyen los productos, permitiendo que la cadena de valor se expanda y se sostenga económicamente.

d. Canales

Nuestro modelo de negocio se adaptó a una combinación de canales de venta físicos y digitales, en el contexto local y tendencias de consumos actuales.

Módulo de venta físico en el puerto:

Este es el canal principal y representa el punto de contacto directo entre los pescadores y consumidores, siendo este un espacio acondicionado y permanente. Este canal no solo facilita la venta sino que también genera confianza.

Redes sociales y medios digitales:

A través de una campaña de branding en redes como Facebook, Instagram, Tiktok, Whatsapp atraeremos nuevos clientes, fidelizando a los existentes y fortaleciendo la relación con el público. Además de ser una herramienta para gestionar pedidos.

Recomendaciones de boca a boca:

La calidad y la suma de la atención personalizada en el módulo hará que esta experiencia positiva sea contada y recomendada a familiares, amigos y vecinos. Este es un canal informal pero con gran efectividad.

Colaboraciones con influencers gastronómicos:

Nos permitirán amplificar el alcance de la campaña en medios digitales, captar nuevos segmentos de consumidores interesados y posicionar al módulo.

e. Relación con los clientes *

Nos basamos en un enfoque cercano y personalizado con la intención de generar confianza a largo plazo. Priorizamos una atención amable y respetuosa, donde brindamos recomendaciones personalizadas según la idea de receta que tenga en mente el cliente. Este trato permite destacar la calidad y frescura del producto, fortaleciendo el valor real de la compra. Este entorno promueve que los clientes regresen, confiando en el servicio. Finalmente se busca dar un valor añadido constante, a través de promociones, información, recetas con el fin de mantener una relación activa. Finalmente, hicimos una alianza con la empresa que nos brinda mano de obra como parte de un acuerdo b2b: nuestra empresa se encarga de ofrecer un servicio de publicidad gratuita a cambio de su colaboración directa en la creación del proyecto.

f. Actividades clave

Nos permitirán amplificar el alcance de la campaña en medios digitales, captar nuevos segmentos de consumidores interesados y posicionar al módulo.

Obtención de permisos

Es el primer paso para un inicio formal en el que se garantice el cumplimiento legal y sanitario del proyecto.

Funcionamiento y organización

Para asegurar el correcto funcionamiento del módulo es necesario gestionar los turnos de quienes hagan uso del mismo, el stock para mantener siempre los recursos y puedan abastecer la cadena de venta y la caja para la fluidez del dinero.

Promoción y captación de clientes

Sea por vía redes sociales o en el mismo espacio de venta se realizará mediante un cronograma semanal detallado, buscando de esta manera aumentar la visibilidad y las ventas.

Coordinación constante con aliados

Esta actividad mejora la logística, fortalece la red comercial y es parte de la mejora continua, permitiendo optimizar procesos y brindar un servicio seguro y eficiente.

g. Recursos clave

Los recursos clave son aquellos elementos esenciales que permiten operar correctamente el módulo de venta y entregar un valor agregado al cliente.

Personal capacitado

Es necesario contar constantemente con este recurso humano principal para generar confianza con el consumidor y ofrecer un servicio responsable.

Infraestructura del módulo

Representa el espacio destinado a la venta y promoción del recurso. Su diseño debe ser accesible, higiénico y visualmente atractivo ya que esto influye de manera principal a la captación de clientes y a su satisfacción de compra.

Identidad visual

Es importante desarrollarla ya que representa un recurso importante para sobresalir entre los demás negocios de la zona, reforzando la imagen del módulo y generando confianza en los clientes.

Herramientas tecnológicas

Son el apoyo que va de la mano con la identidad visual, añadiendo pagos digitales y aplicaciones que faciliten la comunicación y aumenten las ventas.

Equipos de conservación

Asimismo, implementos tales como congeladoras, vitrinas, hielo y cajas térmicas son indispensables para mantener la frescura del pescado, siendo el principal valor ofrecido. A su vez los utensilios y demás herramientas de trabajo como balanzas, guantes, delantales, complementan lo mencionado.

Acceso a financiamiento y/o aliados

Finalmente contar con alianzas nos facilita la permanencia y expansión del proyecto.

h. Aliados clave *

Nuestros aliados claves aportan recursos y conocimientos que facilitan la ejecución y funcionalidad de manera eficiente.

Municipalidad de Chorrillos

Nuestros aliados claves aportan recursos y conocimientos que facilitan la ejecución y funcionalidad de manera eficiente.

RIFLO PA SAC

Como parte de apoyo con el financiamiento y servicio de ejecución, la empresa privada nos brindará su apoyo estratégico.

i. Fuente de ingresos *

La propuesta de negocio generará ingresos a través de dos principales fuentes:

Alquiler del Módulo: La fuente principal de ingresos proviene del alquiler de un módulo, el cual se estima en S/ 2500 mensuales. Este ingreso es recurrente y representa la base operativa del negocio.

Packaging Personalizado: Complementariamente, se ofrecerá un servicio de packaging personalizado, proyectando la venta de 150 unidades al mes, generando un ingreso adicional de S/ 300 mensuales.

En conjunto, estas fuentes de ingresos totalizan S/ 2800 mensuales, lo que se traduce en un ingreso trimestral de S/ 8400.

j. Impacto*

Impacto Social:

El módulo de venta permite a los pescadores vender sus productos directamente, creando un espacio donde pueden relacionarse con los compradores. Esto aumenta el reconocimiento de su trabajo, fortalece el sentido de comunidad y refuerza el valor del oficio pesquero en la zona.

Impacto Ambiental:

El módulo de venta en el puerto impulsa a los pescadores a capturar solo lo necesario y a respetar los ciclos de las especies. Esto ayuda a cuidar el mar, evitar la sobrepesca y proteger las especies marinas.

Impacto Económico:

Al vender sin intermediarios, los pescadores ganan más dinero por sus productos. Esto mejora sus ingresos, les da más control sobre los precios y crea una fuente de ingresos más estable y segura para sus familias.

k. Presupuestos

Tabla 1: Resumen del Presupuesto Mensual

Concepto	Detalle	Monto (S/)
Producto/Servicio	Alquiler del módulo	2500
	Packaging personalizado	300
Recursos de Producción	Técnico de mantenimiento	250
Recursos de Difusión	Campaña en Meta ADS	200
	Campaña en TikTok Ads	200
Recursos Administrativos	Alquiler de coworking	600
	Softwares de diseño	300
		4350

7. Resultados

Con el objetivo de validar el diseño del módulo de venta de pescado, se desarrollaron diversas actividades experimentales en el contexto real del proyecto, específicamente en el puerto pesquero de Chorrillos, lugar representativo por su alta actividad artesanal y comercial. A continuación, se describen las acciones realizadas y los hallazgos obtenidos.

Se ejecutó una simulación espacial en el puerto pesquero de Chorrillos, donde se trazaron con tiza sobre el suelo las dimensiones reales del módulo, según el diseño propuesto en software 3D. Esta intervención permitió visualizar físicamente el espacio que ocuparía la estructura y fue acompañada por una experiencia con

lentes de realidad virtual, mediante los cuales los pescadores participantes pudieron recorrer el módulo en un entorno inmersivo y tridimensional.

Durante la simulación, se pidió a los participantes que interpretaran sus tareas habituales dentro del módulo: venta directa, empaque del pescado y disposición de cajas, entre otras actividades clave. Esta dinámica buscó evaluar la funcionalidad del diseño desde una experiencia realista y participativa.

Posteriormente, se aplicó un cuestionario breve a los participantes para conocer sus percepciones. En general, los pescadores destacaron que el módulo era funcional y cómodo, y que el recorrido planteado facilitaba su flujo de trabajo. Sin embargo, algunos señalaron la necesidad de considerar mayor protección ante la exposición solar, así como la incorporación de zonas de sombra y ventilación adicionales. También mencionaron la importancia de contar con espacio de almacenamiento adicional para utensilios y cajas vacías.

Adicionalmente, se realizaron gestiones complementarias dirigidas a instituciones clave para el desarrollo e implementación del proyecto:

Se remitieron cartas formales a empresas del sector construcción para consultar su disposición a colaborar con el proyecto mediante apoyo técnico, donaciones de materiales o financiamiento. Una de las empresas respondió de forma preliminar mostrando interés, condicionando su apoyo a una presentación técnica más detallada del módulo y su impacto social.

Se estableció contacto con la asociación local de pescadores del puerto de Chorrillos, a quienes se presentó el proyecto y se solicitó su opinión sobre su pertinencia. La respuesta fue positiva: valoraron la iniciativa como una solución innovadora que responde a necesidades reales del gremio, resaltando especialmente la posibilidad de fortalecer la venta directa sin intermediarios.

Se envió una carta formal a la municipalidad correspondiente solicitando orientación sobre los permisos necesarios y la posibilidad de apoyo institucional. Aunque al cierre de esta etapa aún no se había recibido una respuesta formal, se estableció un primer contacto con el área de desarrollo económico local, quienes mostraron interés preliminar en la iniciativa.

8. Conclusiones

La situación actual de los pescadores artesanales en la Playa Pescadores de Chorrillos evidencia condiciones precarias de venta, alta intermediación y limitadas oportunidades de formalización. Frente a este reto, se propuso un módulo de venta diseñado para mejorar su entorno laboral, dignificar su oficio y fortalecer la venta directa. La importancia del proyecto radica en su potencial para generar impacto social a través de un diseño accesible, funcional y participativo.

Durante la investigación, se identificaron necesidades clave como sombra, ventilación, espacio de almacenamiento y orden en los procesos de venta. Estas fueron validadas mediante una simulación espacial con realidad virtual y dinámicas

participativas, donde los propios pescadores evaluaron la funcionalidad del módulo desde sus experiencias cotidianas. Los resultados evidenciaron una alta aceptación del diseño y sugerencias concretas para su mejora.

Se definieron los recursos necesarios para implementar el módulo, considerando materiales, tecnologías y el trabajo de un equipo especializado en gestionar espacios comerciales con impacto social. Se estructuraron los costos iniciales y operativos, estableciendo un modelo de alquiler que resulta viable para los gestores del proyecto y accesible para la asociación de pescadores.

Asimismo, se identificó que reducir la intermediación mediante este módulo puede aumentar los ingresos directos de los pescadores, favoreciendo su autonomía económica. Las instituciones contactadas, como la asociación de pescadores, una empresa constructora y la municipalidad; mostraron interés y disposición a colaborar, lo que refuerza la factibilidad del proyecto.

En síntesis, la investigación valida que el diseño del módulo responde a una necesidad real y que, a través de una estrategia participativa y sostenible, puede mejorar significativamente las condiciones de comercialización de los pescadores artesanales, representando una solución replicable con alto valor social.

9. Bibliografía

Arentsen, M., Delgado, R., & Silva, P. (2025). Diseño arquitectónico para espacios comerciales: optimización de funcionalidad y experiencia del cliente. Revista Internacional de Arquitectura y Diseño, 12(1), 45-62. https://doi.org/10.4206/aus.2024.n36-10

Ávila Mellizo, R. M. (2022). Proceso de diseño y desarrollo de producto desde la gestión de diseño para la microempresa Joshua Muebles y Decoración (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana). Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. http://hdl.handle.net/10554/60519

Cruz Gonzales, T. G., & González Galo, M. A. (2023). *Marketing digital y fidelización de clientes de la empresa importadora Renata Lima – Perú, año 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. https://hdl.handle.net/11537/36908

Escalante Díaz, J. P. (2021). *Estudio del impacto de la pesca industrial y las políticas pesqueras en la condición sociocultural de los pescadores artesanales del Puerto de Matarani, Distrito de Islay, Provincia de Islay de la Región Arequipa* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa). Repositorio Institucional UNSA. https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7b720fff-9f15-4a35-9e76-784b70911132/content

FAO. (2022). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2022: Towards Blue Transformation.* (SOFIA 2022). FAO. https://www.fao.org/documents/card/en/c/cc0461en/

Flores, D., Bucaram, S., Paredes, E., & Paredes, C. E. (2021). *¿Cómo generar más valor en la pesca artesanal?: Desafíos, brecha de valor potencial y recomendaciones de política. Banco Interamericano de Desarrollo.* https://publications.iadb.org/es/como-generar-mas-valor-en-la-pesca-artesanal-desafios-brecha-de-valor-potencial-y-recomendaciones

Galarza, E., & Kámiche, J. (2013). *Pesca artesanal: oportunidades para el desarrollo regional*. Universidad del Pacífico. https://www.up.edu.pe/fondoeditorial/siteassets/pesca%20artesanal.pdf

Lekanda, A., Boyra, G., & Louzao, M. (2024). Weakly supervised classification of acoustic echo-traces in a multispecific pelagic environment. ICES Journal of Marine Science, 81(7), 1247–1262. https://doi.org/10.1093/icesjms/fsae085

Letona Garcia Godos, L. C. del P. (2024). El diseño eficiente de los módulos de venta del mercado de abastos a partir de sus consideraciones de flexibilidad y confort. Caso de estudio: Mercado Andrés F. Vivanco en los años 2019-2020, distrito de Huamanga, Ayacucho [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. PUCP Repositorio Institucional. http://hdl.handle.net/20.500.12404/27205

Loayza Pineda, J. E. (2020). *Estandarización de métodos y parámetros de control de calidad en la pesca artesanal* (Tesis de licenciatura, Universidad de Ingeniería y Tecnología). Universidad de Ingeniería y Tecnología. https://repositorio.utec.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12815/231/Loayza%20Pineda_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de la Producción. (2022). *Memoria institucional 2022*. https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/planeamiento/memoria-anual/2022.pdf

Ministerio de la Producción. (2023). Desenvolvimiento socioeconómico de la pesca artesanal en Perú, 2023. Producempresarial. https://www.producempresarial.pe/desenvolvimiento-socioeconomico-de-la-pesca-artesanal-en-peru-2023/

Ñiquen Farroñay, G. A. (2023). Centro de producción de pesca artesanal y formación gastronómica en el distrito Santa Rosa-Chiclayo-Lambayeque (Tesis para optar el título profesional de Arquitecta). Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela Profesional de Arquitectura. https://hdl.handle.net/20.500.12727/13297

Pastor Banda A.M. (2014). Modelo de negocio para la asociación del centro de procesamiento pesquero artesanal en el distrito de Santa Rosa-Lambayeque(Tesis de Título, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo). https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/192/1/TL_Pastor_Banda_AnaMirella.pdf

Reyes Cangahuala, R., Cardenas Gomez, G. L., & Centeno Vasquez, C. M. (2022). *Análisis de la metodología Inbound Marketing aplicable a una empresa pesquera social peruana* (Trabajo de licenciatura). Universidad Pontificia Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2aebcf8c-48e6-479f-bda9-ef4ec9a8d56f/content

Río Calleja, B. del. (2022). El planteamiento sistémico del proceso constructivo [Tesis doctoral, E.T.S. Arquitectura, Universidad Politécnica de Madrid]. https://doi.org/10.20868/UPM.thesis.72152

Rubio, R. C. (2020). Remodelación del Mercado Mayorista Pesquero en base a la comercialización del pescado, Ventanilla - 2020 (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de https://hdl.handle.net/11537/25357

Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA). (2023). *Guía para la formalización de la pesca artesanal: sanitaria, registral, empresarial y de acceso.* https://spda.org.pe/noticia/publicacion-spda-presenta-la-guia-para-la-formalizacion-de-la-pesca-artesanal/

Ulloa Melita, A. E., & Díaz Ramírez, J. J. (2020). Gestión del desarrollo en entregables de un prototipo de servicio postventa y administración del personal [Tesis de licenciatura, Universidad de Tarapacá]. Repositorio Universidad de Tarapacá. https://repositorio.uta.cl/xmlui/handle/20.500.14396/846

Villalba Amarilla, M. Á., & Cabañas Pereira, J. H. (2024). Estrategias de comercialización de elementos de pesca en la ciudad de San Juan Bautista Misiones, periodo 2023-2024. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8(4), 1–17. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12689

10. Anexos