ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "TOULOUSE LAUTREC"

ACCESO Y MEDIOS QUE TIENEN LOS PESCADORES ARTESANALES PARA OFRECER SUS PRODUCTOS EN EL DISTRITO DE CHORRILLOS, LIMA 2025.

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:

ANDREA GUADALUPE MENACHO RODRIGUEZ

https://orcid.org/0009-0003-1675-4608

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

ARIANA CELESTE HUANCAYO COLLANTES

https://orcid.org/0009-0007-0655-7458

Asesor

ABEL PONTE SANTOS

https://orcid.org/0000-1111-0000-1111

Lima - Perú

2025

E6_ TRABAJO DE INVESTIGACI%C3%93N_MENACHO - HUANCAYO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:471418431

Submission Date
Jul 2, 2025, 8:40 PM GMT-5

Download Date
Jul 2, 2025, 9:08 PM GMT-5

File Name
E6_ TRABAJO DE INVESTIGACIÓN_MENACHO - HUANCAYO.pdf

File Size
1.7 MB

47 Pages

9,218 Words

55,383 Characters

14% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

13% Internet sources
1% Publications
8% 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

Este estudio aborda los desafíos que enfrentan los pescadores artesanales del Muelle "Pescadores" ubicado en el distrito de Chorrillos, quienes frecuentemente no logran vender toda su pesca antes de que esta pierda su frescura, afectando directamente a sus ingresos y condiciones de vida. Sumándole a ello, las deficiencias en infraestructura, especialmente en la ausencia de sistemas adecuados de conservación, y la gran dependencia de intermediarios que limitan su margen de ganancia.

Ante este escenario, surge la creación de *Manos del Mar*, una plataforma digital diseñada para establecer un vínculo directo entre los pescadores y los consumidores de productos marinos. Nuestra propuesta busca reducir obstáculos en el proceso de comercialización y brindar acceso a productos frescos de forma más justa y eficiente.

Para validar esta propuesta, se realizaron simulaciones del servicio, desde la compra del producto, empaquetado, la venta y la entrega. Este proceso nos permitió comprobar la eficacia y detectar puntos de mejora. A su vez, este proyecto responde a las necesidades y expectativas de los pescadores y consumidores.

Los resultados muestran que, la plataforma tiene condiciones de generar un impacto positivo en la economía de los trabajadores del mar, al crecer sus ingresos reduciendo sus pérdidas. La propuesta se enlaza con la ODS 14 Vida submarina, específicamente en la meta 14.b que busca facilitar el acceso de los pescadores artesanales a los recursos marinos y los mercados, revalorizando la labor que tiene el pescador artesanal al promover prácticas de comercio justo y mejorar las relaciones entre pescadores y consumidores.

Palabras clave: pesca artesanal, venta directa, plataformas digitales, sostenibilidad, comercio justo.

Abstract

This study addresses the challenges faced by artisanal fishermen at the "Pescadores" Pier located in the Chorrillos district, who frequently fail to sell all their catch before it loses its freshness, directly affecting their income and living conditions. Adding to this are infrastructure deficiencies, especially the lack of adequate conservation systems, and the heavy dependence on intermediaries that limit their profit margins.

In this context, Manos del Mar was created, a digital platform designed to establish a direct link between fishermen and fish consumers. Our proposal seeks to reduce obstacles in the marketing process and provide access to fresh marine products in a fairer and more efficient way.

To validate this proposal, service simulations were conducted covering packaging, sales, and delivery stages. This process allowed us to verify the effectiveness and identify areas for improvement. At the same time, this project responds to the needs and expectations of both fishermen and consumers.

The results show that the platform has the potential to generate a positive impact on the livelihood of sea workers by increasing their income and reducing losses. The proposal aligns with SDG 14 Life Below Water, specifically target 14.b, which aims to facilitate artisanal fishers' access to marine resources and markets, revaluing the role of artisanal fishermen by promoting fair trade practices and improving relationships between fishermen and consumers.

Keywords: artisanal fishing, direct sales, digital platforms, sustainability, fair trade.

TABLA DE CONTENIDO

1. 7

2. 8

2.1. Justificación Práctica 10

2.2. Justificación Social 10

2.3. Justificación Metodológica 11

3. 11

3.1. Preguntas 14

3.1.1. Pregunta general 14

3.1.2. Preguntas específicas 14

3.2 Objetivos 14

3.2.1. Objetivo general 14

3.2.2. Objetivos específicos 14

4. 13

4.1. Estudios previos 15

4.2. Marco teórico 18

4.2.1. Pesca artesanal 18

4.2.2. Falta de apoyo 19

4.2.3. Infraestructura inadecuada 20

4.2.4. Canales de venta 20

4.2.5. Tecnología digital 21

5. 20

6. 20

6.1. Reto de diseño 24

6.2. Propuesta de valor 24

6.3. Segmento de clientes 24

6.4. Canales 24

6.5. Relación con los clientes 25

6.6. Actividades clave 26

6.7. Recursos clave 26

6.8. Aliados clave 26

6.9. Fuentes de ingresos 27

6.10. Impacto 27

6.11. Presupuestos 28

7. 31

8. 32

9. 34

10. 42

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Inversión Inicial 27

Tabla 2: Gastos mensuales 28

Tabla 3: Proyección de ingresos mensuales 29

Tabla 4: Comisión por envío 30

Tabla 5: Porcentaje de ventas diarias 31

Tabla 6: Precio de espacios publicitarios en redes sociales 32

Tabla 7: Precios de espacios publicitarios en sitio web 32

Tabla 8: Precios de productos complementarios 32

Tabla 9: Viabilidad del proyecto I 33

Tabla 10: Viabilidad del proyecto II 33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico de resultados 44

Figura 2: Taller Generativo 46

Figura 3: Validación de aliados 46

Figura 4: Validación canales de comunicación 47

Figura 5: Validación de producto 47

Figura 6: Validación de rentabilidad 48

Figura 7: Entrevistas de consumidores 48

1. Contextualización

La pesca artesanal es una de las actividades más tradicionales y significativas del litoral peruano. Según el Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero (2022), esta actividad generó más de 25,000 puestos de trabajo y reúne a más de 88,000 pescadores artesanales en el país, incluyendo a 33,000 provenientes de la Amazonía, la costa norte y centro.

Además, esta actividad no solo aporta al sustento económico de muchas familias, sino que también forma parte de su identidad cultural y estilo de vida. Según Sáenz Soto (2023), esta labor se transmite de generación en generación, lo cual convierte a la familia en la principal base de conocimiento sobre esta tradición.

No obstante, los pescadores artesanales enfrentan numerosos retos que limitan su desarrollo, especialmente en lo que respecta a la comercialización directa de sus productos. La falta de una infraestructura adecuada es uno de los principales problemas que enfrenta el sector pesquero. Según el Ministerio de la Producción (2022), solo una parte de los desembarcaderos cumplía con las normas sanitarias. Igualmente, Bedoya Cuchon (2023) menciona que la escasa incorporación de herramientas tecnológicas como sistemas de trazabilidad o refrigeración complican más la situación generando pérdidas en productos y dificultando la competitividad en el mercado.

Frente a esta situación, se planteó la creación de plataformas digitales de intermediación que conecten directamente al pescador artesanal con los consumidores finales. Nuestra propuesta busca mejorar los ingresos de los pescadores y garantizar que los consumidores de pescado obtengan productos con mayor frescura. Shimabukuro et al. (2024) señalan que modelos como “Pescados Ya”, un Marketplace móvil, han demostrado que la tecnología y medios digitales son una herramienta efectiva para transformar las condiciones laborales de los pescadores artesanales.

2. Justificación

Esta investigación tiene como propósito principal analizar la situación actual de los pescadores locales del Muelle de Chorrillos, un sector que enfrenta diversas dificultades relacionadas con la comercialización de sus productos y la carencia de infraestructura adecuada.

Como se mencionó anteriormente, nuestra propuesta se enfoca en el desarrollo de herramientas digitales para conectar directamente a pescadores con consumidores finales, reduciendo intermediarios para ofrecer productos marinos frescos de forma rápida, justa y transparente. Promoviendo el comercio justo y generando nuevos canales y accesos de venta.

2.1. Justificación Práctica

Uno de los principales conflictos que enfrentan los pescadores artesanales es la pérdida de productos marinos, una situación que afecta directamente su sustento diario. A través de visitas al área de estudio y del contacto directo con los pescadores, fue posible observar que las dificultades para vender toda su captura comprometen seriamente los resultados de su actividad económica. En muchos casos, se ven obligados a ofrecer el pescado a precios muy por debajo de su valor real, o, en situaciones más críticas, a desecharlo por la falta de sistemas de conservación adecuados.

Ante este escenario, se plantea como solución la implementación de plataformas digitales de intermediación, que permitan establecer un canal directo entre el pescador y el consumidor final. Esta propuesta tiene como objetivo mejorar los ingresos de los pescadores, fomentar su autonomía y contribuir a una mayor estabilidad económica. Al mismo tiempo, los consumidores de pescado tendrán acceso a productos frescos, con estándares adecuados de higiene, conservación y entrega.

2.2. Justificación Social

En los últimos años, esta actividad ha sido perjudicada por diversos factores, como la ausencia del apoyo de la Municipalidad del distrito de estudio, su escasa valorización de su labor y contaminación ambiental debido a la falta de las políticas drásticas. Según Franco Meléndez (2022), para que la pesca artesanal sea realmente sostenible, no solo se debe enfocar en lo ambiental. También es importante considerar los aspectos sociales, económicos y hasta éticos que afectan su trabajo diario.

Nuestra propuesta no solo busca ir más allá de una solución puntual, sino también contribuir a mejorar la calidad de vida de los pescadores.

2.3. Justificación Metodológica

Con el objetivo de mejorar la situación del pescador artesanal, este proyecto se desarrolló siguiendo la metodología Toulouse Thinking, cuya estructura es la siguiente: investigar, idear, validar y comunicar.

Investigar: En esta fase analizamos el contexto, por lo cual nos dirigimos al Muelle de Pescadores, con el objetivo de conocer y comprender con mayor profundidad la coyuntura y la realidad que atraviesan. Para ello, realizamos distintas observaciones y entrevistas (ver anexo 1), que nos permitieron recoger e identificar los dolores y necesidades que enfrentan los pescadores artesanales, así como escuchar sus opiniones. Durante esta etapa, empleamos otras herramientas como el mapa de actores, que nos permitió identificar a los principales involucrados en el ecosistema del pescador artesanal, tales como instituciones públicas, consumidores y distribuidores, comprender las relaciones entre ellos y sus niveles de influencia. Asimismo, se aplicó el Mapa del Problema, lo que permitió detectar los puntos de tensión que afectan directamente su labor, como la baja rentabilidad, la pérdida del producto y la limitada disponibilidad de canales de venta eficaces.

Idear: A partir de los hallazgos obtenidos, se inició un proceso orientado a responder a las necesidades identificadas. En una primera etapa, se propuso el diseño de stands móviles solares con empaques resistentes para el transporte seguro del pescado. Para evaluar su viabilidad, se realizó un taller generativo y se llevaron a cabo entrevistas con pescadores (ver anexo 2). Sin embargo, las respuestas obtenidas fueron mayoritariamente negativas lo que evidenció que la propuesta no respondía adecuadamente a sus expectativas ni a sus condiciones reales de trabajo.

Este proceso de retroalimentación permitió reformular la propuesta y orientar los esfuerzos hacia una solución más alineada con su contexto: una plataforma digital de intermediación, que facilita el vínculo directo entre pescadores artesanales y compradores cercanos. Para guiar este nuevo enfoque, se empleó el Customer Journey Map, lo que permitió comprender de forma más precisa las etapas que conforman su labor, identificar puntos de fricción y detectar oportunidades de mejora en el proceso de comercialización. La propuesta fue puesta a prueba con usuarios reales, lo que permitió validar su funcionalidad y relevancia dentro del contexto trabajado, y, sobre todo, su capacidad para aliviar una de las principales problemáticas identificadas en el público objetivo.

Validar: Se comenzó validando a los aliados clave (ver Anexo 3), se firmó una alianza con pescadores, entre ellos el presidente de la Asociación José Silverio Olaya Balandra de Pescadores Artesanales de la Caleta de Chorrillos, así como también un servicio de delivery.

Luego se validó los canales de comunicación (ver Anexo 4). Para esto, se crearon cuentas en redes sociales como Facebook e Instagram y además una página web. A través de estos medios, se pudo tener una comunicación constante con los consumidores, quienes mostraron interés en la propuesta.

Después, se pasó a la validación de producto (ver Anexo 5). Gracias a que se generó una alianza con los pescadores, se consiguió el producto solicitado por los clientes, el cual pasó por un adecuado proceso de limpieza y empaquetado.

Finalmente, se llevó a cabo una validación de la rentabilidad del modelo de negocio, por lo que se realizaron experiencias de compra y venta (ver Anexo 6). Donde los clientes realizaron sus pedidos mediante nuestros distintos canales, con servicio de entrega a domicilio. El proceso de compra finalizó mediante billeteras digitales como yape y plin, demostrando la aceptación del público hacia nuestra propuesta.

Comunicar: Finalmente, se buscó dar visibilidad a la propuesta de "Manos del Mar" mediante acciones estratégicas en redes sociales, mostrando mensajes visualmente atractivos, orientados al interés en el público objetivo. Esta Etapa permitió presentar la solución de forma comprensible y persuasiva, conectando emocionalmente con los potenciales usuarios. A través de contenido informativo, se logró exponer el problema identificado —la pérdida de frescura en los productos pesqueros— y cómo nuestra plataforma actúa como puente entre pescadores y consumidores. Esta fase fue clave para observar reacciones reales, generar conversación y validar la receptividad del público.

3. Reto de innovación

Problema:

Los pescadores artesanales de Chorrillos no venden todo su producto antes de que este pierda frescura.

Idea Innovadora:

Plataforma Manos del Mar que sirve como intermediario para conectar a pescadores artesanales de Chorrillos con clientes, reduciendo intermediarios con el propósito de ofrecer productos frescos del mar, de forma rápida, justa y accesible.

3.1. Preguntas

3.1.1. Pregunta general

¿De qué manera la plataforma Manos de mar conecta directamente a pescadores artesanales de Chorrillos, eliminando intermediarios para ofrecer productos frescos del mar, de forma rápida, justa y accesible a los clientes?

3.1.2. Preguntas específicas

P1: ¿Cuál es la situación por la que los pescadores artesanales de Chorrillos no venden todo su producto antes de que este pierda frescura?

P2: ¿Qué estrategias puede implementar la plataforma "Manos del mar" para que los pescadores artesanales de Chorrillos vendan todo su producto antes de que este pierda frescura?

P3: ¿Cuál sería el impacto de la creación de la plataforma "Manos del mar" para que los pescadores artesanales de Chorrillos vendan todo su producto antes de que este pierda frescura?

3.2 Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Crear una plataforma Manos del mar que conecte directamente a pescadores artesanales de Chorrillos, eliminando intermediarios para ofrecer productos frescos del mar, de forma rápida, justa y accesible a los clientes.

3.2.2. Objetivos específicos

O1: Conocer la situación por la que los pescadores artesanales de Chorrillos no venden todo su producto antes de que este pierda frescura.

O2: Crear estrategias que implemente la plataforma “Manos del mar” para que los pescadores artesanales de Chorrillos vendan todo su producto antes de que este pierda frescura.

O3: Determinar el impacto de la creación de la plataforma “Manos del mar” para que los pescadores artesanales de Chorrillos vendan todo su producto antes de que este pierda frescura.

4. Sustento teórico

4.1. Estudios previos

Como primer precedente, Abreu et al. (2024) identifican los principales desafíos en la pesca artesanal a nivel internacional, enfatizando problemas como la intermediación que dificulta el acceso directo al consumidor y la pérdida del conocimiento tradicional. Además, proponen la implementación de plataformas digitales como una posible solución para mejorar la comercialización y transparencia en el sector.

De la misma forma, tenemos que los pescadores del Muelle de Chorrillos enfrentan una serie de desafíos, que mencionamos previamente. Donde uno de sus principales problemas es que no logran vender todos sus productos, sumándole que tienen que conformarse con ganar entre 30 a 50 soles diarios. Esto se debe a que los comerciantes del Mercado Artesanal de Chorrillos y el Terminal Pesquero de Villa María imponen los precios de su compra, por lo que los pescadores se ven obligados a aceptarlos debido a que es su único público frecuente.

Por su parte, Turkowsky La Torre y Yacarine Gálvez (2021) nos muestran en su estudio “La Caleta de Pescadores de Chorrillos” diversas deficiencias que presentan como el deterioro y falta de mantenimiento de la infraestructura, las insuficientes condiciones de servicios básicos y seguridad, impulsando a que sea menos atractivo e interesante para los

visitantes y turistas. Por consecuencia, los pescadores no cuentan con medios, ni accesos eficientes para ofrecer sus productos, razón por la cual muchos de ellos se ven obligados a buscar otras opciones adicionales de trabajo.

En la misma línea, Ramos (2025) señala que los pescadores artesanales en Santa Cruz, Galápagos, enfrentan limitaciones por normas estrictas, falta de infraestructura y escasa valoración social, lo que dificulta su autonomía. El estudio resalta la importancia de contar con herramientas que les permitan vender directamente y reducir su dependencia de intermediarios, lo que coincide con los objetivos de este proyecto.

Por otro lado, García Chira y Gómez Ucañani (2024) mencionan que la pesca artesanal se ve afectada debido a la falta de condiciones adecuadas, dificultando el buen manejo del producto desde su extracción hasta su comercialización. Esto refuerza que uno de los principales desafíos, no solo se basa en el acceso al mercado, sino también en las condiciones físicas del espacio en donde se desarrolla.

En relación con la problemática expuesta, desde una mirada internacional, Zavala Yesan (2022) indica que el uso de herramientas digitales puede fortalecer la sostenibilidad de este sector, al facilitar nuevas formas de conexión con el mercado. Este enfoque es clave, ya que la tecnología puede ser un aliado esencial para los pescadores artesanales, específicamente al acceso a canales de ventas más amplios.

De manera complementaria, Almendariz González (2021) nos revela que una de las mejores soluciones para incrementar las ventas del sector, es el adoptar métodos de comercialización como el desarrollo de plataformas de venta.

Los autores coinciden en que el desarrollo de herramientas digitales puede fortalecer la visibilidad, la autonomía y la venta directa de los pescadores, reduciendo la dependencia de intermediarios. En su estudio, se identifican casos exitosos en los que el uso de aplicaciones móviles permitió mejorar la economía local y fortalecer las capacidades de gestión comercial

de las comunidades pesqueras. Este estudio respalda directamente el enfoque digital del presente proyecto, al evidenciar que las herramientas tecnológicas pueden empoderar al sector pesquero artesanal y contribuir a su sostenibilidad económica y ambiental.

Desde una perspectiva internacional, Fernández Vera (2023) estudia la situación de los pescadores artesanales de la cooperativa “Santa Rosa de Salinas” y encuentra que gran parte de ellos percibe ingresos insuficientes para acceder a servicios de salud. Estos resultados confirman la realidad detectada en nuestras entrevistas, evidenciando las limitaciones económicas y sociales que afrontan. Por ello, se hace evidente la urgencia de implementar medidas que mejoren sus condiciones de vida y contribuyan a fortalecer su autonomía dentro del sector pesquero.

Complementando nuestra investigación, Ayala Llanos (2024) identificó diversas fallas en la cadena de frío, lo cual afecta directamente la conservación del pescado. Esta situación evidencia la importancia de modernizar los procesos logísticos, haciendo énfasis en proponer mejoras en infraestructura, tecnología y gestión en el sector pesquero.

Finalmente, Loayza Pineda (2020), sostiene que el uso de métodos y parámetros de control de calidad como “la ruleta” y “las cartillas”, ayudarían a garantizar la frescura del producto e incrementar los ingresos de los pescadores. Esta propuesta permite asegurar la frescura del producto, mejorando su presencia en el mercado y generando confianza a los consumidores.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Pesca artesanal

La pesca artesanal es una de las actividades más antiguas que se remonta desde hace 10,000 años. Llega a América Latina en tiempos precolombinos dejando un gran aporte e historia. Por lo que, Pérez Alberti et al. (2024) mencionan que en Uruguay lo definen como la

actividad que se da en embarcaciones pequeñas, donde trabajan uno o más pescadores artesanales en zonas costeras con cargas inferiores a 10 toneladas.

Castro Rico et al. (2024), mencionan que la pesca artesanal es una de las principales actividades en generación de puestos de trabajo, seguridad alimentaria y preservación cultural en las comunidades peruanas y colombianas. Consideramos que su valor radica en su valor nutricional y la frescura que la caracteriza, además del gran vínculo que tiene con las tradiciones de su comunidad.

Sin embargo, este sector enfrenta diversos desafíos como el cambio climático, falta de acceso de infraestructura adecuada, ausencia de normativas que apoyen su desarrollo, sobreexplotación de recursos que como resultado de ello reduce la disponibilidad de productos marinos afectando directamente a su estabilidad económica y desarrollo personal. En el caso del Muelle de Pescadores de Chorrillos, Leo Melgar (2020) nos muestra la realidad de la gran labor de los pescadores artesanales. Del mismo modo, se pudo comprobar en el diario de observaciones realizado, el arduo trabajo con el que ejercen su labor diaria, ellos salen a trabajar desde muy temprano sin horario de regreso, todo depende de las condiciones del mar.

En el estudio de Rodríguez Herrera (2020), se señala que la mayoría de los pescadores artesanales no pertenece a ninguna organización pesquera, lo que limita su capacidad de negociación y el acceso a condiciones comerciales más justas. Además, trabajan con embarcaciones pequeñas y no cuentan con equipos ni sistemas de refrigeración adecuados, ya que sus recursos económicos son escasos. Estas limitaciones les impiden acceder a nuevos canales de venta y conectarse directamente con el consumidor final. Frente a este escenario, surge la necesidad de diseñar nuestra propuesta de negocio.

4.2.2. Falta de apoyo

Según Ramos, D., y Velarde, P. (2022) indica la lamentable condición en la que se encuentra el mercado de pescadores en Chorrillos, el cual no cuenta con la infraestructura adecuada, también tienen problemas de salubridad y falta de limpieza.

Es por ello, que creemos que falta mucho apoyo al sector pesquero por parte de las autoridades. Por ejemplo: medidas de seguridad, salud, infraestructura, capacitación y logística. Esta actividad se ha mantenido por muchos años autónoma, sin apoyo de los gobiernos nacionales ni municipales, ellos mismos generan sus propios recursos para mantenerse día a día.

Juárez, Y., y Purizaca, L. (2020) indican que a pesar que el sector pesquero es una de las principales economías del país, según la Sociedad Nacional de Pesquería (2020) atraviesan desafíos una de las principales es la informalidad, esto no les permite tener beneficios, así también, como obtener un mayor valor por sus productos.

De igual forma, recabamos información a lo largo de nuestros diálogos con los propios pescadores. Ellos buscan ser reconocidos no solo por las autoridades competentes, sino también por el consumidor de su producto.

La disponibilidad, colaboración y amplitud que demuestran ante las nuevas tecnologías y darse cuenta que esto es solamente para su propio beneficio, nos ha demostrado su interés por integrarse al mundo digital que les permita difundir su trabajo.

4.2.3. Infraestructura inadecuada

En Perú, la pesca artesanal enfrenta limitaciones debido a que cuentan con técnicas muy básicas. Uno de los mayores problemas es que no cuentan con un apropiado sistema de conservación, afectando directamente a la calidad del producto. Lavalle Gutiérrez y Tajmani Bolognesi (2024) demuestran la carente infraestructura en este sector. Esta situación se

profundiza en el Muelle Pescadores, donde no cuentan con una infraestructura adecuada ni medios seguros que les permita una adecuada preservación. Según Pons Mogrovejo (2020), los espacios son reducidos y poco funcionales, lo cual limita el trabajo diario del pescador artesanal. Además, se destaca la falta de equipamiento básico, como zonas de desembarco, procesamiento o conservación del pescado, lo que perjudica directamente las condiciones laborales de los pescadores y la calidad del producto que ofrecen.

4.2.4. Canales de venta

La pesca artesanal en el Perú enfrenta un gran problema con los canales de venta, que están dominados por intermediarios.

Esto provoca condiciones económicas desfavorables para los pescadores, quienes suelen recibir ingresos por debajo de lo justo y enfrentan dificultades para acceder a mercados más equitativos, tal como ocurre en otros países según Armenta Cisneros et al. (2022). Esta situación genera una cadena desigual que mantiene la informalidad y la dependencia económica de los pescadores.

Para hacer frente a esta problemática, hemos propuesto plataformas digitales que no solo ayudan a visibilizar la valiosa labor de los pescadores artesanales, sino que también les permiten comercializar sus productos de forma directa, fortaleciendo así su autonomía y reduciendo la dependencia de intermediarios. Como señala Calvopiña Coyago (2025), estas herramientas elevan el valor percibido del trabajo de los pescadores artesanales, promoviendo el comercio justo y consolidando relaciones más sostenibles con los consumidores.

Armenta, M., Ojeda, M., Marin, E. y Hernández, T. (2022) señalan que, para conectar la pesca artesanal con la gastronomía, la cadena de suministro debe ser eficiente y transparente. Por otro lado, Morales Tejeda (2021) propone incluir datos biológicos del producto para promover un consumo más informado y responsable. Además, Alcedo Durán

(2021) destaca que cualquier canal innovador debe incorporar mecanismos para formalizar el trabajo y mejorar la calidad de vida de los pescadores.

Por eso, desarrollar una plataforma digital para los pescadores de Chorrillos no solo moderniza los canales de venta, sino que también contribuye a una cadena más justa, transparente y sostenible.

4.2.5. Tecnología digital

Según Ticse, E., Valdivia, C., Ugarte, R., Briceño, J., Vera, G., Neyra, K., y Neyra, L. (2021) señalan que proponer un modelo de innovación que se base en las tecnologías emergentes podría fortalecer la competitividad de las Pymes en América Latina.

En lo cual nosotros estamos de acuerdo, considerando que el sector pesquero es uno de los más olvidados en cuanto a la incorporación de la tecnología se refiere. Durante nuestras visitas al Muelle Pescadores recopilamos diversos testimonios de trabajadores vinculados a la extracción y comercialización de productos hidrobiológicos, quienes nos respaldaron en la creación de canales digitales para la promoción y venta de sus productos. Esto nos motivó a seguir avanzando en la presente investigación, la cual abordaremos con mayor profundidad.

Al respecto, Cardenas, G., y Reyes, R. (2022) refiere que el objetivo principal es analizar las herramientas de marketing digital, en base a la metodología Inbound de Fishbox en el periodo de mayo a diciembre del 2020.

Este estudio propone estrategias orientadas a mejorar tanto la atracción y fidelización del cliente, aplicado para ello la metodología Inbound marketing. Su propuesta resulta muy interesante ya que resalta la importancia de que todo negocio tenga presencia digital y visibilidad constante para lograr conectar con el consumidor final. Reconocemos que la promoción mediante diversos canales digitales es fundamental en el contexto actual. Por ello nuestra investigación se enfoca en el desarrollo de una plataforma web que facilite la

conexión directa entre el pescador artesanal y el consumidor, promoviendo así un modelo de comercialización más eficiente y justo.

5. Beneficiarios

Para identificar al beneficiario principal de nuestra propuesta, se realizaron entrevistas presenciales en el Muelle Pescadores del distrito de Chorrillos, estableciéndose como actor central al pescador artesanal. La mayoría de ellos son personas de la tercera edad, cuya vida ha transcurrido desempeñando esta labor en el lugar antes mencionado.

A partir de las entrevistas, se identificaron problemáticas comunes que afectan seriamente su actividad económica. Entre ellas destacan la competencia desleal de grandes embarcaciones industriales que invaden las zonas costeras, la falta de respuesta por parte de las autoridades ante sus reclamos, y la carencia de infraestructura básica, como cámaras de frío para la adecuada conservación de sus productos. Además, se evidenció que muchos de ellos no cuentan con un seguro de salud, y ante emergencias médicas deben recurrir a colectas solidarias entre compañeros de trabajo.

Como parte del proceso, se sostuvo una reunión con el señor Carlos Ramírez, presidente de la Asociación José Silverio Olaya Balandra de Pescadores Artesanales de la Caleta de Chorrillos, quién nos informó que actualmente la asociación agrupa a 300 pescadores artesanales. Si bien reciben ciertos apoyos, aún enfrentan grandes dificultades para acceder a una comercialización justa y sostenible de sus productos.

6. Modelo de Negocio

Según el artículo de Aguirre (2023), reportó que los pescadores artesanales de la Caleta de Chorrillos enfrentan una situación de abandono por parte del Estado, imposibilitados de salir a pescar debido a oleajes anómalos y la falta de equipos apropiados

que generan pérdidas económicas e impiden su sostenimiento diario. Esta circunstancia se agrava por la ausencia de infraestructura básica, como cámaras de frío, lo que los obliga a vender rápidamente a intermediarios a precios inferiores, reduciendo su margen de ganancia.

El presente modelo de negocio busca brindar una solución innovadora y sostenible a los trabajadores pesqueros del distrito de Chorrillos, quienes enfrentan dificultades para comercializar sus productos. A través de la plataforma "Manos del Mar" se facilita la venta al consumidor final, reduciendo intermediarios y mejorando sus ingresos. La propuesta promueve el comercio justo, el consumo responsable y la valorización del pescador artesanal. Además, integra tecnología, logística y comunicación para ofrecer una experiencia eficiente y humana. Este modelo responde a un reto social, económico y ambiental.

6.1. Reto de diseño

¿Cómo podríamos ayudar a que los pescadores artesanales del distrito de Chorrillos vendan todos sus productos, sin que estos pierdan su frescura?

6.2. Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor responde directamente al reto de diseño planteado, ya que busca evitar que los productos marinos pierdan su frescura al ofrecer un sistema de venta directa y rápida. Al eliminar intermediarios y facilitar el acceso al consumidor final mediante una plataforma web y el uso de refrigeración adecuada, ayudamos a que los pescadores vendan toda su mercadería diaria. De esta forma atacamos el problema central del reto: la pérdida de frescura y el desperdicio del producto.

6.3. Segmento de clientes

"Manos del Mar" se dirige principalmente a pescadores artesanales que residan o trabajen en el distrito de Chorrillos y zonas aledañas, dentro del rango de edades entre 40 y

74 años. Este grupo representa aproximadamente a 300 pescadores, quienes enfrentan desafíos constantes para comercializar sus productos de forma justa y directa.

6.4. Canales

Nuestra comercialización se realizará a través de una plataforma web propia llamada "Manos del Mar", diseñada especialmente para ofrecer productos marinos frescos. Los compradores de nuestros beneficiarios residen en el distrito de Chorrillos, Lima y distritos cercanos como: Barranco, Miraflores, Surquillo y Surco. A través del sitio web, podrán elegir el tipo de producto marino, cantidad en kilos y realizar su pago mediante una pasarela segura. El producto será enviado mediante un servicio delivery, utilizando envases apropiados y biodegradables, garantizando frescura y sostenibilidad. Además, podrán conocer más sobre el negocio y sus valores a través de sus redes sociales, como Instagram y Facebook, donde comparten contenido frecuente sobre el producto del día y las historias de vida de los pescadores artesanales.

Según Guevara Huamani y Núñez Aquino (2023), el desarrollo del canal m-commerce ha sido determinante para incrementar las ventas y ampliar la cobertura del mercado, los estudios muestran que, en Lima Metropolitana, cada vez son más los consumidores que optan por el servicio de delivery mediante aplicativos, ya que se adapta a sus rutinas diarias, les permite ahorrar tiempo y reciben sus productos sin necesidad de desplazarse. De la misma forma, en las entrevistas que realizamos en nuestra investigación, (ver anexo 7) visualizamos que muchos de los consumidores de productos marinos, buscaban poder obtener pescado fresco de forma rápida, confiable. Por lo cual, consideramos que al incorporar soluciones apoyadas en interactividad y personalización podrían ayudar a impulsar el consumo mediante plataformas en línea.

6.5. Relación con los clientes

Manos del Mar maneja una relación directa y cercana con sus clientes, brindando asistencia personalizada a través de llamadas y canales de mensajería como WhatsApp, Messenger e Instagram. Más allá de responder dudas, el equipo acompaña al usuario en cada etapa del proceso, desde el primer contacto hasta la entrega del producto.

Esta atención continua busca generar confianza, resolver inquietudes en tiempo real y asegurar que la experiencia de compra sea fluida segura y satisfactoria para el cliente.

6.6. Actividades clave

Gestionar cada día la compra de los productos marinos frescos a los pescadores artesanales, asegurando una correcta conservación. Los pedidos se organizan según lo solicitado por cada cliente, garantizando así la puntualidad y calidad del servicio.

A través de las redes sociales se informará sobre los productos disponibles, precios y beneficios del producto. Se mantendrá comunicación constante con los clientes para brindar asistencia e inquietudes que surjan, tomar pedidos y recibir comentarios.

6.7. Recursos clave

Para el adecuado funcionamiento del modelo de negocio, se requiere una serie de recursos esenciales que aseguren la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Entre ellos destacan los materiales de envasado, como bolsas y selladores al vacío, así como medios de delivery. También se incluyen herramientas básicas para el manejo del negocio como: jabas, balanza, cuchillos, mandiles, guantes, uniformes y botas para las tareas diarias, además de productos de limpieza y desinfección que garanticen el cumplimiento de normas sanitarias. Finalmente, se consideran herramientas tecnológicas como celulares, laptops y una oficina para la gestión administrativa y operativa del negocio.

6.8. Aliados clave

Para llevar a cabo este proyecto, es fundamental contar con la participación de los pescadores artesanales. Además, tendremos personal aliado de reparto, para asegurar la entrega. Los proveedores de empaques y bolsas biodegradables, son esenciales para el desarrollo del proyecto, así como el equipo técnico conformado por un programador web, diseñador gráfico, fotógrafo, community manager y personal de soporte.

El equipo operativo incluye personal de almacén, limpieza, empaque, marketing, delivery y monitoreo de pedidos, quienes aseguran el correcto funcionamiento del servicio.

6.9. Fuentes de ingresos

"Manos del Mar" contempla diversas fuentes de ingresos que asegurará la sostenibilidad del proyecto. En primer lugar, obtendremos un porcentaje por cada venta diaria realizada a través de nuestra plataforma digital (ver Tabla 3). A ello se suma la tarifa de comisión por cada envío que realizaremos.

Además, ofreceremos espacios publicitarios tanto en el sitio web como en nuestras redes sociales, dirigidos a marcas interesadas en promocionar sus productos.

Por último, integraremos una línea de productos complementarios, como bebidas, que los clientes podrán añadir de forma opcional durante su compra. Esta propuesta no solo amplía el promedio de venta, sino que también mejora la experiencia del usuario al ofrecerle una opción más completa y conveniente.

6.10. Impacto

Este proyecto busca beneficiar especialmente a los pescadores artesanales de Chorrillos, permitiéndoles vender sus productos, sin necesidad de pasar por una larga red de intermediarios, generando una incrementación en sus ingresos, al ser nuestros aliados y trabajar con nosotros, recibirán mensualmente S/5,100.00 adicionales, lo cual representará un

cambio significativo en su economía. Gutiérrez Romero (2023) demuestra que el correcto uso de estrategias, como la tecnología, pueden mejorar la sostenibilidad y los ingresos a los productores marinos. Al mismo tiempo, fortalecería la logística del sector, mejorando la planificación de oferta y demanda para un sistema más eficiente. De igual forma, buscamos promover el reconocimiento sobre el valor y esfuerzo de su trabajo.

6.11. Presupuestos

Para la ejecución de esta propuesta, requiere de una inversión inicial de S/ 13,390.93 nuevos soles para cubrir los gastos referentes a la constitución de la empresa, recursos de producción, administrativos y logísticos. Asimismo, se prevé que los gastos mensuales serán de S/19,394.35 nuevos soles, mientras que los ingresos mensuales proyectados son de S/20, 865.00 nuevos soles, generando una utilidad neta mensual de S/1,470.65 nuevos soles, con un periodo estimado de recuperación de 9.1 meses, por lo cual demuestra que este proyecto es viable desde el punto financiero.

Tabla 1: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL					
Recursos de producción					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Constitución de empresa	Reserva de nombre y razón social	1	und.	S/25.60	S/25.60
	Licencia de funcionamiento	1	und.	S/ 462.00	S/ 462.00
	Trámites notariales y registrales SUNARP.	1	und.	S/ 425.00	S/ 425.00

Recursos de producción	Mandil	1	und.	S/ 20.00	S/ 20.00
	Guantes	1	und.	S/ 10.00	S/ 10.00
	Cofias	1	und.	cént. 0.22	S/ 22.00
	Botas	1	und.	S/ 28.00	S/ 28.00
	Uniforme con grabado	1	und.	S/15.27	S/15.27
	Mascarillas	50	und.	cént. 0.34	S/ 17.00
	Cuchillos	2	und.	S/ 22.00	S/ 44.00
	Jabas	100	und.	S/ 16.87	S/ 1,687.50
	Empacadora al vacío	1	und.	S/ 3889.83	S/ 3,889.83
	Tablas De Picar	5	und.	S/ 98.00	S/ 490.00
	Cajas tecnopor	2	und.	S/ 40.00	S/ 40.00
	Bandeja de acero	6	und.	S/ 20.00	S/ 120.00
	Mesas/lavados	2	und.	S/ 550.00	S/ 1,100.00
	Mezcladoras de lavadero	3	und.	S/ 82.50	S/ 1,650.00
	Celulares	1	und.	S/ 279.00	S/ 279.00
	Certificado sanitario para venta	1	und.	S/ 180.00	S/ 180.00
	Análisis de laboratorio	1	und.	S/ 400.00	S/ 400.00
	Registro sanitario DIGESA	1	und.	S/ 134.00	S/ 134.00
	Registro sanitario DIGESA (por producto)	5	especies	S/ 365.00	S/1,825.00
	Botiquín inoxidable	1	und.	S/ 170.00	S/ 170.00

Recursos lógicos	Creación de página web	1	und.	S/ 860.00	S/ 860.00
TOTAL					**S13,894.20**

Tabla 2: Gastos mensuales

GASTOS MENSUALES					
Recursos de producción					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Recursos de producción	Equipamiento	1	und.	S/ 39.00	S/ 39.00
	Gel refrigerante	8	und.	S/ 47.00	S/ 47.00
	Hielo con escamas	300	kg	S/309.79	S/309.79
	Cajas de cartón corrugado	200	und.	S/2.00	S/ 400.00
	Artículos de limpieza	1	und	S/724.35	S724.35
	Proveedor de bolsas al vacío	1	millar	S/790.00	S/790.00
Recursos administrativos	Personal ventas /atención al cliente	1	und.	S/1,130.00	S/1,130.00
	Personal de marketing	1	und.	S/300.00	S/300.00
	Personal de limpieza / almacén y empaquetado	1	und.	S/1,130.00	S/1,130.00
	Repartidor con auto propio	1	und.	S/2,500.00	S/2,500.00
	Encargado y supervisor	1	und.	S/1,500.00	S/1,500.00
	Asesoría contable	1	und.	S/300.00	S/300.00
	Pescado (producto)	900	kg	S/6000.00	S/6000.00
Recursos logísticos	Alquiler de local	1	und.	S/3,500.00	S/3,500.00

	Agua	1	und.	S/180.00	S/180.00
	Luz	1	und.	S/450.00	S/450.00
	Plan de celular	1	und.	S/40.00	S/40.00
Recursos de difusión	Practicante de diseño gráfico / community manager	1	und.	S/300.00	S/300.00
TOTAL					**S/19,640.14**

Tabla 3: Proyección de ingresos mensuales

INGRESOS MENSUALES							
Recursos de producción							
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**		**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**INGRESO M. ESTIMADO**	**INGRESO T. ESTIMADO**
Generación de ingresos	Comisión por cada envío		360	und.	S/ 6.00	S/ 9,000.00	S/ 27,000.00
	Porcentaje de ventas diarias		900	kg	S/ 10.00	S/ 2,160.00	S/ 6,480.00
	Espacios publicitarios para redes sociales		20	und	S/ 150.00	S/3,000.00	S/ 9,000.00
	Espacios publicitarios en nuestro sitio web		25	und.	S/ 150.00	S/3,750.00	S/ 11,250.00
	Venta de productos complementarios o acompañamiento	Gaseosa	200	und.	S/5.00	S/1,000.00	S/3,000.00
		Agua mineral	80	und.	S/3.50	S/ 280.00	S/ 840.00
		Bebidas saborizadas saludables	150	und.	S/4.50	S/ 675.00	S/ 2,025.00
		Chicha morada	200	und.	S/5.00	S/1,000.00	S/3,000.00
TOTAL						**S/20,865.00**	**S/ 62,595.00**

Tabla 4: Comisión por envío

COMISIÓN POR CADA ENVÍO					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Recursos de producción	Gel refrigerante	8	UNID	S/5.90	S/47.00
	Cajas tecnopor	2	UNID	S/20.00	S/40.00
Recursos administrativos	Repartidor con auto propio	1	UNID	S/2500.00	S/2500.00
	Pescado (producto)	900	KG	S/6.70	S/6000.00
TOTAL					**S/8,587.00**

Tabla 5: Porcentaje de ventas diarias

PORCENTAJE DE VENTAS DIARIAS					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Recursos de producción	Cajas de cartón corrugado	200	UNID	S/2.00	S/400.00
	Hielo en escamas	300	KG	S/0.50	S/150.00
	Bolsas al vacío	1000	UNID	S/0.79	S/790.00
	Empacadora al vacío	1	UNID	S/3889.83	S/3889.83
	Mandil	1	UNID	S/20.00	S/20.00
	Guantes	1	UNID	S/10.00	S/10.00
	Cofias	1	UNID	S/0.22	S/0.22
	Botas	1	UNID	S/28.00	S/28.00
	Uniformes grabado	1	UNID	S/15.27	S/15.27
	Mascarilla	50	UNID	S/0.34	S/17.00

	Tablas De Picar	5	UNID	S/98.00	S/490.00
	Bandeja de acero	6	UNID	S/20.00	S/120.00
	Jabas	100	UNID	S/16.87	S/1687.50
	Cuchillos	2	UNID	S/22.00	S/44.00
	Bandeja de acero	6	UNID	S/20.00	S/120.00
	Mesas/lavados	2	UNID	S/ 550.00	S/ 1,100.00
	Mezcladoras de lavadero	3	UNID	S/550.00	S/ 1,650.00
TOTAL					**S/10,531.82**

Tabla 6: Precio de espacios publicitarios en redes sociales

ESPACIOS PUBLICITARIOS					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Generación de ingresos	Historias	20	UNID	S/150.00	S/3,000.00
TOTAL					**S/3000.00**

Tabla 7: Precios de espacios publicitarios en sitio web

ESPACIOS PUBLICITARIOS EN NUESTRO SITIO WEB					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Generación de ingresos	Display	25	UNID	S/150.00	S/3,750.00
TOTAL					**S/3750.00**

Tabla 8: Precios de productos complementarios

VENTA DE PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Generación de ingresos	Gaseosa	200	UNID	S/5.00	S/1000.00
	Agua mineral	80	UNID	S/3.50	S/280.00
	Bebidas saludables	150	UNID	S/4.50	S/675.00
	Chicha morada	200	UNID	S/5.00	S/1000.00
TOTAL					**S/2955.00**

Tabla 9: Viabilidad del proyecto I

VIABILIDAD DEL PROYECTO		
TOTAL INGRESO ESTIMADO	**TOTAL GASTOS MENSUALES**	**UTILIDAD MENSUAL**
S/20,865.00	S/19,394.35	S/1,470.65

Tabla 10: Viabilidad del proyecto II

VIABILIDAD DEL PROYECTO	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	**MESES RECUPERAR INVERSIÓN**
S/13,390.93	9 MESES

7. Resultados

Como primeros hallazgos, se identificó que los pescadores artesanales enfrentan diversas dificultades en la comercialización de sus productos, ya que alrededor del 40% de su pesca diaria no se logra vender a tiempo. Esta situación afecta directamente sus ingresos,

llevando a muchos de ellos a vivir en pobreza extrema. En una de las entrevistas realizadas, ellos manifestaron estar de acuerdo con recibir apoyo a través de plataformas digitales que contribuyan a mejorar y facilitar su actividad económica.

Como resultado, nuestro reto de innovación se cumplió en gran medida. Se desarrolló una plataforma web funcional, con procesos de compra claros y accesibles, empaques adecuados para la conservación del pescado sin perder la cadena de frío, métodos de pagos prácticos como yape y plin. Al mismo tiempo, se activaron redes sociales y WhatsApp, no solo para dar a conocer los productos y visibilizar la labor del pescador artesanal, sino también para establecer una comunicación directa y cercana con los clientes. Generamos ventas reales y su posterior entrega gracias a nuestros aliados de reparto.

Finalmente, se estima que nuestra venta mensual será de 900 kg de pescado, lo que le generará al pescador ingresos de S/6,000 mensuales. Los alcances obtenidos demuestran que la solución es viable, relevante, con alto potencial de impacto en la calidad de vida de los pescadores artesanales.

8. Conclusiones

La pesca artesanal desarrolla un papel fundamental para muchas familias peruanas, no solo como fuente de ingresos, sino también como parte de su cultura. No obstante, este sector enfrenta distintos desafíos que afectan directamente su trabajo. Muchos pescadores no logran vender todo lo que pescan, lo que hace que pierdan producto y dinero. Al mismo tiempo, no cuentan con una infraestructura adecuada para conservar sus productos y dependen de intermediarios que les imponen precios bajos por su esfuerzo.

Después de conocer de cerca la realidad de este sector, interactuar con ellos y analizar sus necesidades, optamos por la solución que más se ajusta a ellos: crear plataformas digitales de intermediación que conectan directamente al pescador con el consumidor final. Esta

iniciativa, llamada Manos del Mar, no solo les permitirá vender más rápido y a mejores precios, sino que también ayudará a reducir las pérdidas y garantizará que el pescado llegue fresco al consumidor.

Este modelo de negocio no solo busca ser justo con los pescadores, sino también asegurar que la gente consuma pescado fresco y seguro, sino que además contribuye al cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible, como el ODS 14, al fomentar el uso responsable de los recursos marinos.

En conclusión, la solución que proponemos es viable y podría marcar un antes y después en la forma que se comercializa el producto marino. De esta manera, no solo se contribuye a que el negocio sea más rentable y eficiente, sino que también se promueve el reconocimiento y la valorización del trabajo de los pescadores artesanales.

9. Bibliografía

Abreu, J. S. de, Côrtes, L. H. de O., y Zappes, C. A. (2024). *Critical points concerning artisanal fishing: An analysis from the perspective of artisanal fishers in southeastern Brazil. Sociedade & Natureza.* https://doi.org/10.14393/SN-v36-2024-71106

Alcedo Durán, N. (2021). La formalización de la actividad pesquera artesanal y la condición laboral de los pescadores artesanales del distrito de Chimbote [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado, Programa Académico de Maestría en Gestión Pública]. *https://hdl.handle.net/20.500.12692/71234*

Aguirre, D. (2023, Julio 11). Pescadores artesanales de Chorrillos: "El Gobierno nos ha olvidado". Ojo. https://ojo.pe/actualidad/pescadores-artesanales-de-chorrillos-el-gobierno-nos-ha-olvidado-web-ojo-print-noticia/?ref=ojr

Almendariz González, S. M. (2021). *Emprendimiento Productivo y su Aportación en el desarrollo local, de la parroquia Salango del Cantón Puerto López* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio UNESUM. https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3305/1/Stephanie%20Mayela%20Almendariz%20Gonzalez-Tesis.pdf

Armenta, M., Ojeda, M., Marin, E. y Hernández, T. (2022). *La diversificación económica de los pescadores de pequeña escala y sus contribuciones en los objetivos de la Agenda 2030. Revista Mexicana de Economía y Finanzas, Nueva Época, 17*(4), 1- 6. https://www.remef.org.mx/index.php/remef/article/view/799

Ayala Llanos, A. J. (2024). *Operador logístico de hielo para conservar la pesca de consumo humano directo en el Puerto de Huacho 2024* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio Institucional UNFJFSC. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/2317203

Bedoya Cuchon, D. L. (2023). *Proceso de monitoreo y trazabilidad para la pesca artesanal de altura en el mar de Matarani* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio institucional UTP. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/2213518

Cardenas, G., y Reyes, R. (2022) *Análisis de la metodología Inbound Marketing aplicable a una empresa pesquera social peruana. Caso de estudio: Fishbox, marca BTC de Sustainable Fishery Trade (SFT)* [Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Gestión con mención en Gestión Empresarial]. https://core.ac.uk/download/pdf/553623864.pdf

Castro, M., Escobar , J., Rivera, J., y Pelayo, N. (2024) *Estrategias de adaptación para la pesca artesanal en el pacífico de Colombia y Perú. Palermo Business Review 30 (1-9).* https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr30/PBR-30-07.pdf

Calvopiña Coyago, R. P. (2025). *Estrategias de comunicación para visibilizar el rol de los pescadores artesanales en el desarrollo de una economía comunitaria: caso de estudio Proyecto ISOSPAM* [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/29661

Fernández Vera, J. G. (2023). *Estudio sobre las condiciones de vida de los pescadores artesanales pertenecientes a la Cooperativa de producción pesquera artesanal "Santa Rosa de Salinas"* [Tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio UPSE. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10337/1/UPSE-TGS-2023-0072.pdf

Franco Meléndez, M. T. (2022). *Sostenibilidad desde un enfoque transdisciplinario: el caso de las áreas de manejo y explotación de recursos bentónicos (AMERB) en la Región del Biobío, Chile* [Tesis doctoral, Universidad de Concepción]. Repositorio RENATI. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/7194

FONDEPES. (2024, 23 mayo). *Pesca artesanal: ¿Cuánto aporta esta actividad a la economía nacional?* Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/fondepes/noticias/886025-pesca-artesanal-cuanto-aporta-esta-actividad-a-la-economia-nacional

García Chira, A. E. y Gómez Ucañani, D. M. (2024). Complejo pesquero artesanal sostenible en el distrito de Zorritos, provincia de Contralmirante Villar, región de Tumbes [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Institucional UPAO. https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/43671

Gutiérrez Romero, Gloria Albina (2023) G*estión estratégica y la sostenibilidad de la captura artesanal del jurel en la Región Callao, 2023* [Tesis de maestría, Universidad

Nacional del Callao. Facultad de Ingeniería Pesquera y de Alimentos]. https://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/9367

Guevara Huamani, S. I. y Núñez Aquino, J. M. (2023) *La relación entre el m-commerce y el comportamiento del consumidor/usuario de los aplicativos móviles de delivery en la categoría restaurantes de PedidosYa, Rappi y Didi Foods de Lima Metropolitana en el 2023.* [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/20445?utm_source=chatgpt.com

Juarez, Y., y Purizaca, L.. (2022) *Formalización de las embarcaciones pesqueras artesanales y el impacto en la competitividad empresarial de los armadores de Paita, 2022.* [Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_3e59bd0a3bf5207d2906e92fec6a2abf/Details

Lavalle Gutierrez, P., y Tajmani Bolognesi, Y. (2024). *Desarrollo de un sistema de refrigeración abastecido de una fuente de energía híbrida para la conservación del recurso hidrobiológico Pota en embarcaciones pesqueras artesanales de Atico - Arequipa durante los días de faena.* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Ingeniería]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/675869/Lavalle_GP.pdf?sequence=1

Leo Melgar, S. (2020). *Serie periodística online en diversos formatos sobre el mercado Artesanal Pesquero de Chorrillos "Mar afuera"* Trabajo de suficiencia, Universidad de Lima]. Repositorio Ulima. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12787/Leo_Serie_periodistica_online.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Loayza , J. (2020). *Estandarización de métodos y parámetros de control de calidad en la pesca artesanal* [Tesis de licenciatura, Universidad de Ingeniería y Tecnología]. Repositorio Institucional UTEC. https://hdl.handle.net/20.500.12815/231

Ministerio de la Producción (2022) *Informe de Diagnóstico de la Situación de brechas de infraestructura o acceso a servicios del Sector Producción.* https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/proyectos-de-inversion/indicadores-de-brechas/2022/informe-de-diagnostico-de-la-situacion-de-brechas-de-Infraestructura-o-acceso-a-servicios-del-sector-produccion-2022.pdf?utm_source=chatgpt.com

Morales Tejeda, G. (2021). Aspectos pesqueros y biológicos de la merluza (Merluccius gayi peruanus) capturada por la pesca artesanal en dos caletas de Piura [Trabajo de pregrado, Universidad Nacional Agraria La Molina, Facultad de Pesquería]. *https://hdl.handle.net/20.500.12996/4933*

Ramos, D., y Velarde, P. (2022). *El complejo gastronómico de Chorrillos: el nuevo mercado de la playa Los Pescadores.* [Trabajo de suficiencia profesional para optar el Título

Profesional de Arquitecto Proyecto de Fin de Carrera]. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/18039

Ramos, N. (2025). *Ecología política de la pesca artesanal en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio Institucional UASB. https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/10400/1/T4519-MEPAD-Ramos-Ecologia.pdf

Pérez, J., Morales, S., Lagaxio, V. y Bondarenco, M. (2023). *Impacto de la economía circular en el sector textil en Perú*. *Revista de Estudios Sociales, 15*(2), 45–62. https://www.redalyc.org/journal/5711/571176477006/571176477006.pdf

Pons Mogrovejo, A. R. (2020) *Infraestructura para la Playa "Los Pescadores" Chorrillos, Lima* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4f9d0463-d6ec-457c-8787-9c2825895bd5/content

Rodríguez Herrera, K. J. (2020). *La pesca artesanal y su influencia en la economía de la parroquia Puerto Cayo del cantón Jipijapa* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio UNESUM https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2615/1/TESIS_KAREN_RODRIGUEZ.pdf

Sáenz Soto, P. F. (2023). *La reproducción social y transmisión generacional de conocimientos sobre pesca artesanal en las familias pescadoras de Pucusana* [Trabajo de investigación de bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/2164603

Shimabukuro López, J. H., Torres Telles, I. K., Barrientos Ramírez, R. J., y Zevallos Elías, G. (2024). *Modelo prolab: PescadosYa, un marketplace que conecta a pescadores artesanales con clientes finales* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/2157498

Goutille, F., Lassalle, J., Thiebaud-Rizzoni, T., Garrigou, A., Guillet, L., Chauvin, C., & Boudra, L. (2024). *Análisis sistémico de la actividad y las finalidades del trabajo en los sectores pesquero y agrícola*. Laboreal, 20(1), e21790. https://www.scielo.pt/pdf/lab/v20n1/1646-5237-lab-20-01-e21790.pdf

Ticse, E., Valdivia, C., Ugarte, R., Briceño, J., Vera, G., Neyra, K., y Neyra, L. (2021). *Importancia de la Industria Pesquera en el Perú, un enfoque hacia el desarrollo sostenible de la misma*. [Multiconferencia Internacional LACCEI sobre Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Regional - LEIRD] https://laccei.org/LEIRD2021-VirtualEdition/full_papers/FP24.pdf

Velásquez Cokche, A., Villalobos Porras, E., y Wasiw Buendía, J. I. (2023). El derrame de petróleo en la refinería La Pampilla y sus efectos en el ecosistema marino costero y la economía local del distrito de Ancón (Lima, Perú). *Revista Kawsaypacha*, (11), A-003. https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202301.A003

Turkowsky, W y Yacarine, D (2021). *Pesca artesanal como alternativa para el desarrollo del turismo vivencial en la Caleta de Pescadores de Chorrillos* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87603

Zavala Yesan, P. L. (2022). *Las herramientas digitales para el aprovechamiento de los espacios naturales y recursos pesqueros en mares y océanos* [Tesis de maestría, Universidad de Barcelona]. Repositorio RENATI. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/7196

10. Anexos

Figura 1: Gráfico de resultados

Figura 1.1: Gráfico de resultados de pregunta 1

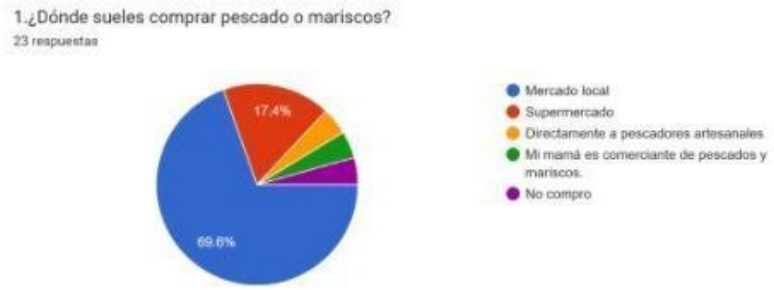


Figura 1.2: Gráfico de resultados de pregunta 2



Figura 1.3: Gráfico de resultados 5

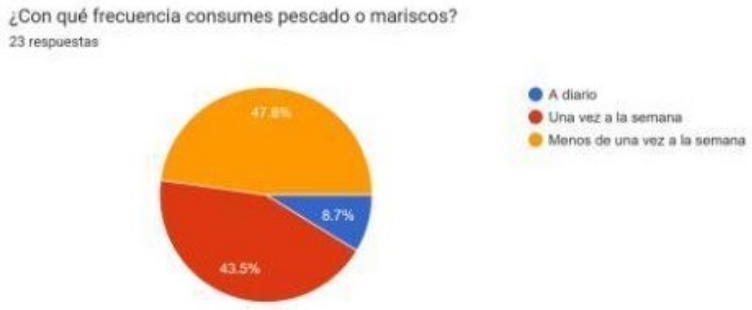


Figura 1.4: Gráfico de resultados de pregunta 7

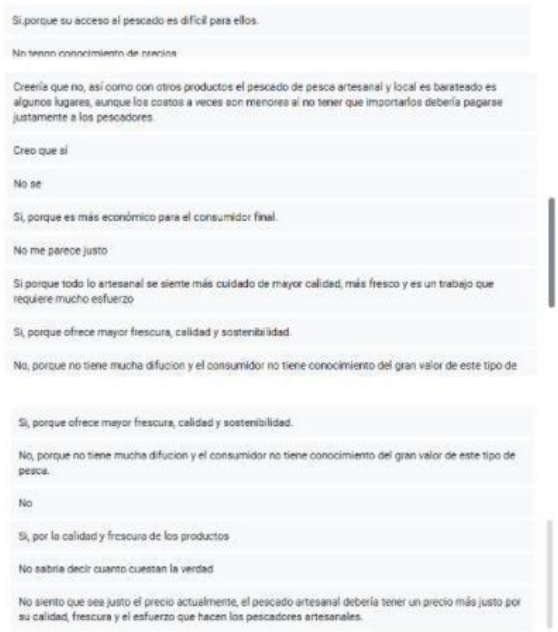


Figura 1.5: Gráfico de resultados de pregunta 9

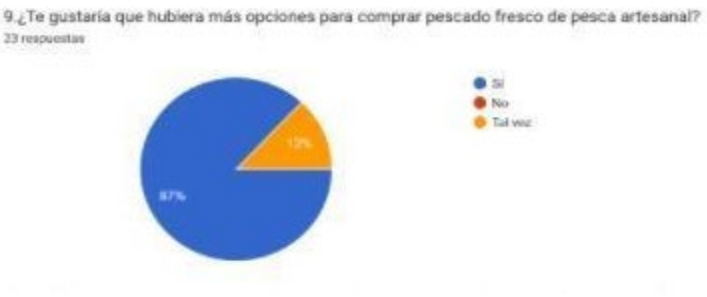


Figura 1.6: Gráfico de resultados de pregunta 10

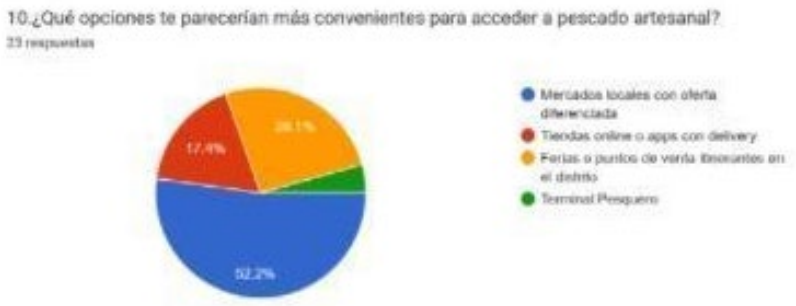


Figura 2: Taller Generativo

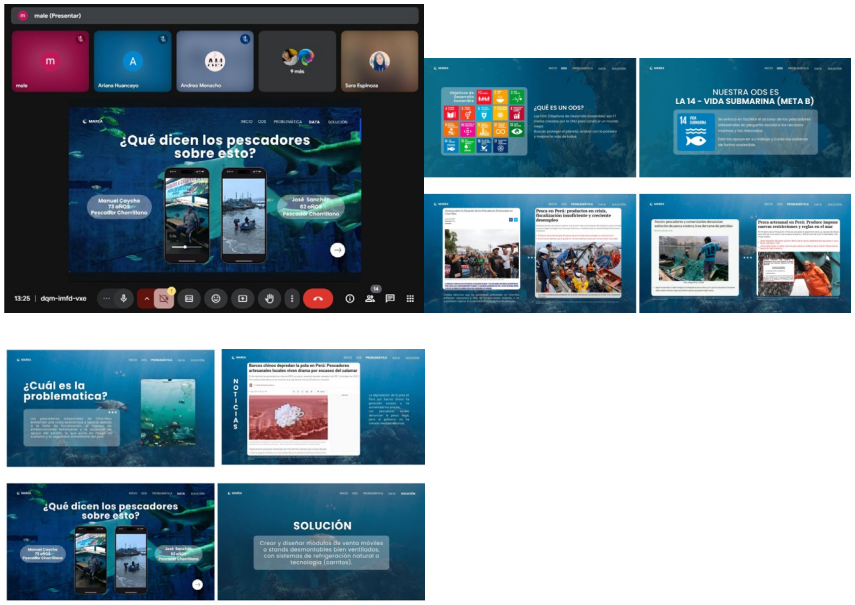


Figura 3: Validación de aliados





Figura 4: Validación canales de comunicación

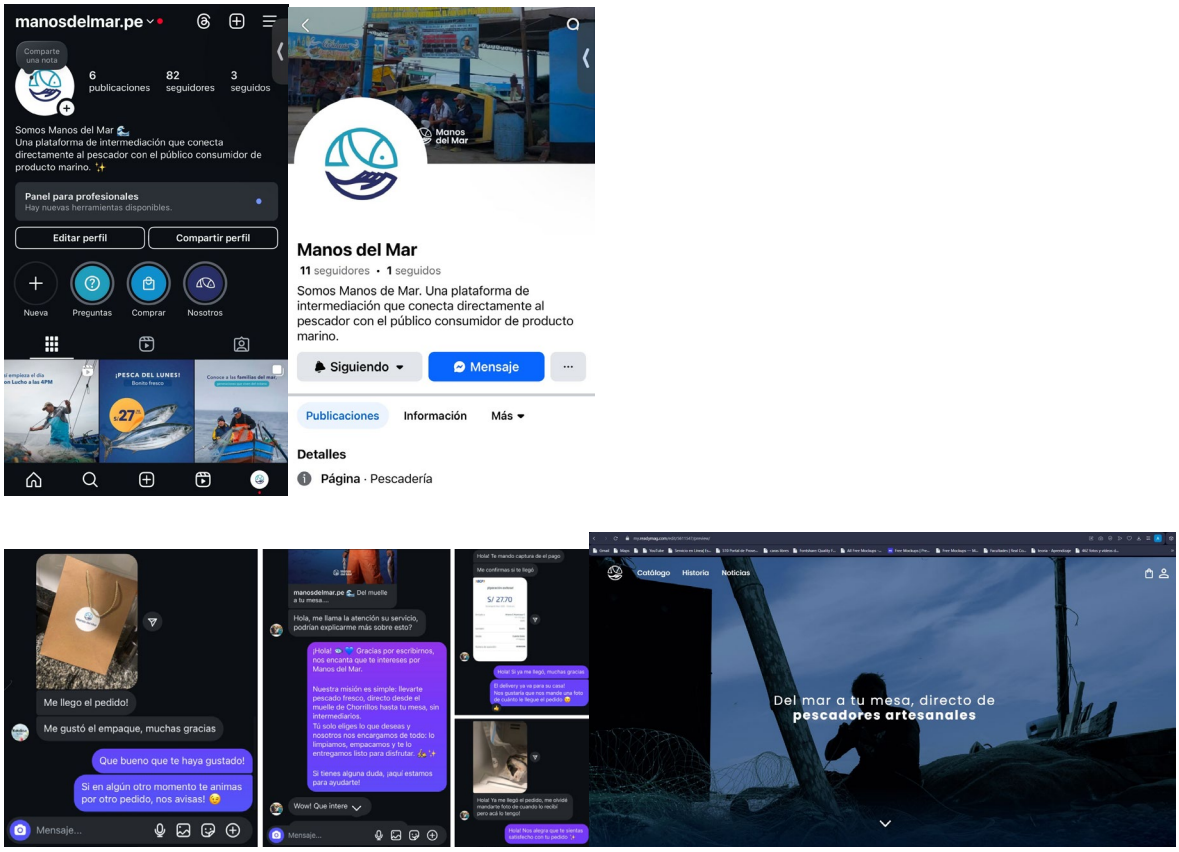


Figura 5: Validación de producto





Figura 6: Validación de rentabilidad

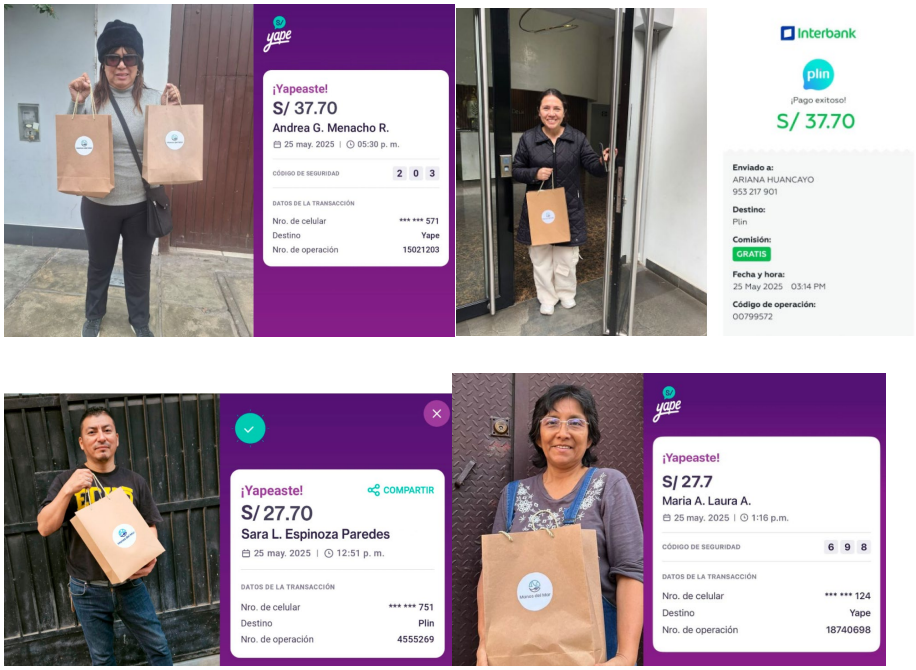
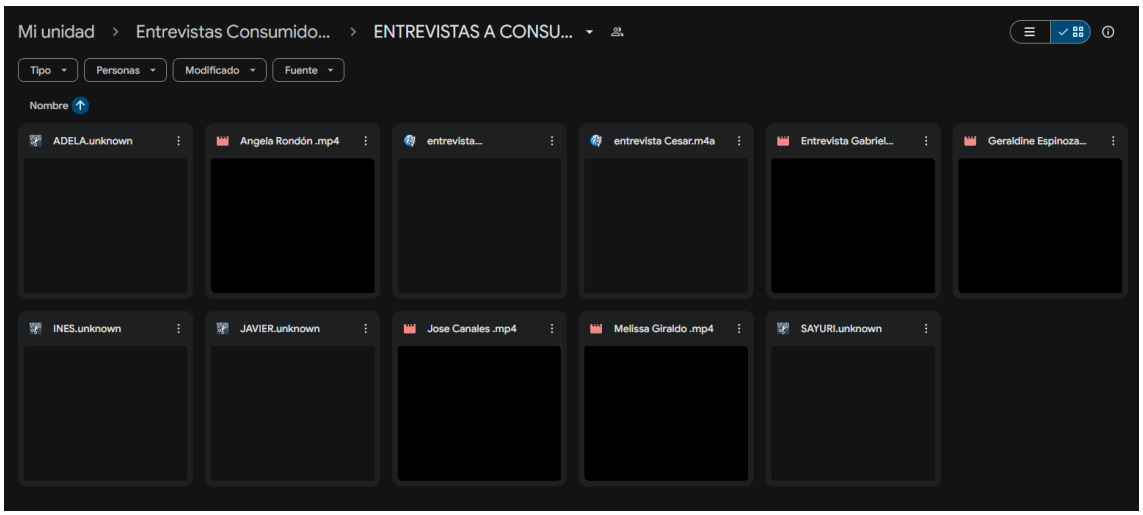


Figura 7: Entrevistas de consumidores



https://drive.google.com/drive/folders/1Z1c_0Sy2hP2zlh-ZIQuWAQncjMxzFZxq