ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

APLICATIVO E-COMMERCE PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS EN COMERCIANTES Y PESCADORES DEL MUELLE PESCADORES DE CHORRILLOS 2025

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Gestión de Proyectos Animados

Autor:
SERGIO ALESSANDRO MALDONADO MOREYRA
(https://orcid.org/0009-0006-9449-3046)

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

Autor:
CESAR FERNANDO ALVAREZ CUZCANO
(https://orcid.org/0009-0005-2167-7832)

Asesor:
MARÍA CONSUELO ALBÁN
(https://orcid.org/0000-0001-7464-9687)

Lima - Perú

2025

INFORME GRUPO 11 SIN TURNITIN.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:487756016

Submission Date
Aug 27, 2025, 10:06 PM GMT-5

Download Date
Aug 27, 2025, 10:53 PM GMT-5

File Name
INFORME GRUPO 11 SIN TURNITIN.docx

File Size
21.2 MB

46 Pages

7,035 Words

42,305 Characters

11% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

9% Internet sources
3% Publications
7% 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

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo diseñar e implementar un aplicativo *e-commerce* de productos pesqueros para mejorar la comercialización, trazabilidad y sostenibilidad de la pesca artesanal en la Playa Los Pescadores, Chorrillos. La problemática identificada se centra en la alta informalidad del sector y la dependencia de intermediarios, lo que genera bajos ingresos y vulnerabilidad socioeconómica. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y participativo, aplicando entrevistas, encuestas, talleres generativos, arquetipos y mapas de actores. Estas técnicas permitieron comprender las dinámicas de la localidad, identificar necesidades prioritarias y validar la propuesta con los usuarios finales. Los beneficiarios directos son pescadores y comerciantes artesanales, quienes podrán mejorar sus canales de venta, reducir la dependencia de intermediarios y acceder a información sobre formalización y buenas prácticas. Los beneficiarios indirectos son consumidores y turistas que buscan productos frescos, sostenibles y con trazabilidad garantizada. Los resultados de la validación muestran que el 85% de pescadores utilizaría el aplicativo si recibe capacitación y soporte técnico; el 70% destacó la reducción de intermediarios como principal ventaja. La simulación de ventas reflejó un incremento potencial del 35% en márgenes de ganancia. En conclusión, el proyecto constituye una alternativa viable para la modernización tecnológica de la pesca artesanal, contribuyendo al fortalecimiento económico, social y ambiental de la Asociación José Olaya en Chorrillos.

Palabras clave: Aplicativo *E-commerce*, Pesca artesanal, Trazabilidad, Sostenibilidad, Formalización.

TABLA DE CONTENIDO

1. Contextualización del Problema 7

2. Justificación 8

3. Reto de Innovación 9

3.1. Preguntas 9

3.1.1. Pregunta General 9

3.1.2. Preguntas Específicas 9

3.2. Objetivos 10

3.2.1. Objetivo general 10

3.2.2. Objetivos específicos 10

4. Sustento Teórico 11

4.1. Estudios previos 11

4.2. Marco teórico 12

4.2.1. Aplicativo Móvil 12

4.2.2. Tipos de Aplicativos 13

4.2.3. Aplicativo *E-commerce* 14

4.2.4. La pesca ilegal en el Perú 15

4.2.5. Importancia de crear una app *e-commerce* para como herramienta de comercialización de productos pesqueros 16

5. Beneficiarios 17

5.1. Mapa de Actores 17

5.1.1. Actores Contextuales 18

5.1.2. Arquetipo Cliente 18

5.1.3. Beneficiarios, lugar e industria 19

6. Modelo de Negocio 19

6.1. Reto 19

6.2. Propuesta de valor 20

6.3. Segmento de clientes 20

6.4. Canales 20

6.4.1. Aplicación Móvil 20

6.4.2. Página web 21

6.4.3. Redes sociales (TikTok, Instagram y Facebook) 21

6.4.4. WhatsApp Business 21

6.4.5. Ferias gastronómicas 21

6.4.6. Alianzas con apps de *delivery* 22

6.5. Relación con los clientes 22

6.6. Actividades clave 22

6.7. Recursos clave 23

6.8. Aliados clave 24

6.9. Fuentes de ingreso 25

6.10. Impacto 27

6.11. Presupuestos 27

7. Resultados 28

8. Conclusiones 29

9. Referencias 31

10. Anexos 35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. 26

Fuentes de Ingresos Mensuales 26

Tabla 2. 28

Fuentes de Egresos Mensuales 28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados pregunta 1 encuesta 35

Figura 2. Resultados pregunta 2 encuesta 35

Figura 3. Resultados pregunta 3 encuesta 35

Figura 4. Resultados pregunta 4 encuesta 36

Figura 5. Resultados pregunta 5 encuesta 36

Figura 6. Resultados pregunta 6 encuesta 36

Figura 7. Resultados pregunta 7 encuesta 37

Figura 8. Resultados pregunta 8 encuesta 37

Figura 9. Resultados pregunta 9 encuesta 37

Figura 10. Resultados pregunta 10 encuesta 38

Figura 11. Resultados pregunta 11 encuesta 38

Figura 12. Resultados pregunta 12 encuesta 38

Figura 13. Resultados pregunta 13 encuesta 39

Figura 14. Resultados pregunta 14 encuesta 39

Figura 15. Resultados pregunta 15 encuesta 39

Figura 16. Entrevista 1 Percepción del Entorno 40

Figura 17. Entrevista 2 Percepción del Entorno 40

Figura 18. Entrevista 3 Percepción del Entorno 40

Figura 19. Entrevista 4 Percepción del Entorno 41

Figura 20. Entrevista 5 Percepción del Entorno 41

Figura 21. Entrevista 6 Percepción del Entorno 41

Figura 22. Taller Generativo 1 42

Figura 23. Taller Generativo 2 42

Figura 24. Taller Generativo 3 42

Figura 25. Taller Generativo 5 43

Figura 26. Prototipo Aplicativo PeskApp 43

Figura 27. Flyer Aplicativo PeskApp 43

Figura 28. Promoción en Plataforma Instagram PeskApp 44

Figura 29. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 1 44

Figura 30. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 3 44

Figura 31. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 4 45

Figura 32. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 5 45

Figura 33. Visita a Muelle José Olaya – Chorrillos 1 46

Figura 34. Visita a Muelle José Olaya – Chorrillos 2 46

Figura 35. Visita a Muelle José Olaya – Chorrillos 3 46

1. Contextualización del Problema

Para abordar la problemática, se considera relevante mencionar que la pesca ilegal no declarada y no reglamentada es una amenaza a nivel mundial, debido a que perjudica al ecosistema marino, junto a ello, la creación de grupos organizados que siguen promoviendo dicha amenaza al medio marino (FAO, 2020).

De manera similar, Carrere (2013) refiere que los factores que ponen en peligro el mar peruano son la sobrepesca, la informalidad y la falta de fiscalización, es por ello que muchos pescadores no cuentan con embarcaciones registradas ni permisos, lo cual limita su acceso a apoyos y programas de formalización.

En Europa se capturan anualmente embarcaciones ilegales con alrededor de 26 millones de toneladas de pescado, lo que representa cerca del 15% de la pesca mundial. La situación es alarmante, pues compromete la sostenibilidad de los recursos marinos, la economía local y a las comunidades que dependen de la pesca (Comisión Europea, 2023).

En cuanto a América Latina, países como Chile y Ecuador han implementado modelos sostenibles en diferentes comunidades costeras, que aún enfrentan precariedad, exclusión del mercado formal y falta de tecnología para competir con la pesca industrial o pesca informal (FAO, 2020).

En relación con lo mencionado, se ha identificado que en la playa “Los Pescadores” ubicada en el distrito de Chorrillos, se realiza la pesca artesanal. Considerada como una práctica tradicional y la cual forma parte del patrimonio cultural de la zona, donde los pescadores enfrentan condiciones de trabajo irregulares. Además, de no contar con canales formales de venta, ni apoyo del Estado. De esta manera, se encuentran forzados a depender del comercio informal o a malvender sus productos (RPP, 2022).

Se identificaron cinco factores clave que contribuyen a esta problemática: En primer lugar, la falta de fiscalización efectiva por parte de las entidades del Estado, la ausencia de canales formales de comercialización, los bajos ingresos económicos que enfrentan los pescadores, el acceso limitado a herramientas tecnológicas dificulta su capacidad para formalizarse o mejorar su competitividad. La baja visibilidad y valoración social del pescador artesanal impide que los consumidores reconozcan su rol en la cadena pesquera, demostrando un sistema que invisibiliza y precariza su trabajo. En estas condiciones desarrollan un entorno que dificulta la sostenibilidad de la actividad pesquera y empuja a muchos trabajadores del mar a operar al margen de la ilegalidad.

De no implementarse una intervención oportuna, la pesca artesanal y el ecosistema marino podrían enfrentar un proceso de desaparición progresiva, afectando no solo la biodiversidad, sino también el ámbito económico y social de zonas costeras como Chorrillos.

Frente a este panorama se propone el uso de una plataforma digital que permita a los pescadores y comerciantes artesanales visibilizar sus productos, establecer contacto directo con clientes y acceder a información sobre buenas prácticas, para conectar con clientes y acceder a información útil. La plataforma será simple, intuitiva y se adaptará sus necesidades, integrará una comunicación directa entre vendedor - consumidor, certificación de origen y mecanismos de gestión colectiva. Esta solución busca mejorar los ingresos de los pescadores, promover el consumo responsable y fortalecer su identidad como actores fundamentales en un modelo de pesca sostenible.

2. Justificación

El presente proyecto tiene como finalidad contribuir a la inclusión económica y social de los pescadores artesanales en el distrito de Chorrillos, especialmente aquellos que están ubicados en la Playa Los Pescadores, quienes se encuentran excluidos de los canales formales

de comercialización y operan bajo condiciones de alta informalidad, situación que afecta a más del 70 % del sector en América Latina (FAO, 2020). A través del desarrollo de una aplicación digital accesible, se busca visibilizar su trabajo, facilitar la venta directa de productos marinos sostenibles y brindar acceso a información sobre buenas prácticas y procesos de formalización.

Esta solución también beneficia a consumidores responsables, como turistas y vecinos, que desean adquirir productos confiables y con trazabilidad. La propuesta responde a una problemática de desconexión entre quien realiza la pesca y quien la consume, lo que debilita el valor de la cadena productiva y favorece la pesca no declarada, la cual representa hasta el 15 % de la producción global (Comisión Europea, 2023).

Desde el enfoque metodológico, el proyecto se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y participativo, aplicando cinco herramientas del marco *Innovation Challenge*: mapa de actores, arquetipos, entrevistas cualitativas, talleres generativos y mapa de experiencia del usuario, lo que permite construir una solución contextualizada, pertinente y validada por los propios beneficiarios.

3. Reto de Innovación

3.1. Preguntas

3.1.1. Pregunta General

¿De qué manera la creación de un aplicativo *e-commerce* puede ayudar a la comercialización de productos pesqueros en comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025?

3.1.2. Preguntas Específicas

¿Cuál es el nivel de manejo de un aplicativo *e-commerce* en los comerciantes

y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025?

¿Qué herramientas se requiere para crear un aplicativo *e-commerce* de comercialización de productos pesqueros en comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025?

¿Cuál sería el impacto del uso del aplicativo *e-commerce* en la comercialización de productos pesqueros en comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025?

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Crear un aplicativo *e-commerce* puede ayudar a la comercialización de productos pesqueros en comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025.

3.2.2. Objetivos específicos

Conocer el nivel de manejo del aplicativo *e-commerce* en los comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025.

Identificar las herramientas para crear un aplicativo *e-commerce* de comercialización de productos pesqueros en comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025.

Determinar el impacto del uso del *e-commerce* que ayuda a la comercialización de productos pesqueros en comerciantes y pescadores del muelle Pescadores de Chorrillos 2025.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Cárdenas et al. (2022) diseñó para su trabajo de investigación la plataforma Fishbox, relacionada en la comercialización de productos pesqueros artesanales. Para sustentar su propuesta, utilizó técnicas de investigación cualitativa, identificando como principales problemas la falta de trazabilidad y la desconexión entre productor y cliente. La solución consistió en una app que muestra el origen del pescado, la historia del pescador y permite realizar compras directas. Los resultados demostraron que los consumidores valoran la transparencia, mientras que los pescadores muestran interés en un canal justo y accesible, lo cual respalda el enfoque del presente proyecto.

James et al. (2023) en su estudio de enfoque mixto, examinaron la pesca ilegal de camarón en la región de Piura, considerando tanto sus efectos socioeconómicos como las alternativas sostenibles para abordar esta problemática. Emplearon metodología mixta y modelos estadísticos. La investigación sugiere modificar el diseño de las redes de pesca y establecer periodos de veda temporal como medida para minimizar el impacto ambiental y favorecer su aceptación por parte de la comunidad. El estudio demuestra que la pesca ilegal de arrastre tiene un impacto socioeconómico a pesar de ser una actividad ilegal.

Mendo et al. (2023) en su investigación buscó identificar factores que influyen en la variación de capturas y descartes en la pesca artesanal de langostino en el norte del Perú. Para ello utilizó una metodología mixta y modelos estadísticos. El trabajo recomienda medidas de manejo como cierres temporales y zonificación de zonas pesqueras, que permitieron reducir el impacto ambiental sin comprometer los ingresos de los pescadores. La investigación evidencia que, aun en escenarios marcados por la

informalidad y una débil supervisión estatal, pueden desarrollarse estrategias sostenibles si se involucra activamente a los pescadores en el proceso.

Bedoya (2023), diseñó un sistema digital orientado al monitoreo y la trazabilidad de la pesca artesanal en la Caleta Queule como parte de su investigación. A partir de entrevistas y análisis de procesos, se diseñó un prototipo que registra capturas y las vincula con cada pescador. La solución mejora la transparencia, fortalece la confianza del consumidor y reduce la pesca ilegal. El estudio demuestra que herramientas simples, bien adaptadas al contexto, pueden empoderar al pescador artesanal y facilitar su formalización, en línea con el propósito del presente proyecto.

Gozzer et al. (2022) en su proyecto de investigación buscó analizar los riesgos económicos asociados a la informalidad en la pesquería artesanal del calamar gigante en el Perú. Para ello utilizó un enfoque económico y de política pesquera, evaluando escenarios comparativos entre un modelo informal y uno con derechos de uso formalizados y gestión activa. El trabajo recomienda avanzar hacia esquemas de tenencia segura y participación organizada de los pescadores para mejorar su estabilidad económica. El estudio demuestra que la falta de formalización no solo limita el acceso a beneficios económicos y sociales, sino que también debilita las oportunidades de manejo efectivo y conservación a largo plazo.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Aplicativo Móvil

El uso de aplicaciones móviles en las cadenas de suministros alimenticios se entiende como el aprovechamiento de herramientas digitales diseñadas para optimizar procesos de producción, logística y comercialización de alimentos. Según Wang et al. (2024), el concepto de aplicativo *e-commerce* aplicado al ámbito agroalimentario se define

como una tecnología que mejora la trazabilidad, agiliza la logística y acerca de manera eficiente y equitativa a productores y consumidores, especialmente en contextos rurales.

En el ámbito pesquero, estas aplicaciones adquieren un valor particular, ya que permiten registrar y organizar datos esenciales de cada faena, como especie capturada, zona de pesca o embarcación utilizada, directamente desde un dispositivo móvil. Tal es el caso de TrazApp, implementada en el Perú con el respaldo de WWF (2021), que ha fomentado la formalización de la actividad, la reducción de intermediarios y la promoción de una pesca más sostenible y rentable. La importancia de este desarrollo se confirma en el informe de Inforegión (2023), donde comenta que hasta diciembre de ese año se habían registrado más de 6000 viajes y 500 embarcaciones, lo que evidencia la capacidad de estas herramientas para reforzar la seguridad y trazabilidad de la pesca artesanal.

De lo anterior se desprende que la aplicación de estas tecnologías en el proyecto de investigación actual es fundamental, ya que se relaciona directamente con el problema identificado: la informalidad y la falta de canales digitales de comercialización en el muelle Los Pescadores de Chorrillos. La propuesta de un aplicativo *e-commerce* adaptado a este contexto busca replicar los beneficios observados en experiencias previas como TrazApp, contribuyendo a la formalización, mejora de ingresos y sostenibilidad del ámbito pesquero artesanal.

4.2.2. Tipos de Aplicativos

Los aplicativos digitales, se definen como un conjunto de herramientas informáticas y programas de software diseñados para realizar una o varias funciones específicas en

un dispositivo electrónico (computadora, smartphone, tableta, etc.). Según Hammad et al. (2021) las aplicaciones se clasifican en tres categorías principales:

- Las aplicaciones nativas ofrecen alto rendimiento y son ideales para funciones como el registro fotográfico o la geolocalización
- Las aplicaciones web móviles requieren conexión a internet y son rentables para la consulta de información general (normativas, precios)
- Las aplicaciones híbridas combinan características de las nativas y la web, con un desarrollo más ágil y económico

Calderwood (2022), menciona que aplicaciones móviles, diseñadas para pesquerías de captura salvaje, recopilaban la suficiente cantidad de datos para reemplazar la mayoría de dispositivos de hardware. En su estudio, resalta la importancia de elegir el rendimiento técnico según las condiciones operativas típicas de la pesca artesanal. El presente proyecto funciona a través del uso de una aplicación nativa, por lo que el conocimiento de estos conceptos permite una mejor comprensión de las características propias de dicho aplicativo para el momento de su desarrollo.

4.2.3. Aplicativo *E-commerce*

El aplicativo *e-commerce* se entiende como una herramienta tecnológica que facilita la interacción directa entre consumidores y productores a través de plataformas accesibles en dispositivos móviles o páginas web. Su función principal es gestionar la venta de productos mediante catálogos digitales, procesar pedidos y dar seguimiento logístico, convirtiéndose en un canal moderno que reduce barreras de acceso a los mercados. De acuerdo con Hasselwander y Weiss (2025), subraya que los proveedores de super aplicaciones que buscan ingresar a los mercados occidentales deben priorizar la integración de funcionalidades de *e-commerce*, pues estas no solo representan una

fuente clave de interacción con el consumidor, sino que también funcionan como puerta de entrada para complementar servicios como la entrega a domicilio y las soluciones de pago.

Sulova (2023) en su artículo de investigación para la revista “Businesses” propone un marco conceptual para el desarrollo de los aplicativos *e-commerce* basado en tres modelos: herramientas modernas de desarrollo, que facilitan la creación de aplicaciones flexibles; base tecnológica, que asegura la infraestructura y la confiabilidad de las transacciones; y posibilidades de integración, que permiten conectar el comercio electrónico con otros servicios digitales para ofrecer experiencias más completas. La solución propuesta en este proyecto incluye a los pescadores artesanales en el mercado del *e-commerce* a través de una aplicación digital, por lo que la información previamente mencionada es fundamental reforzar el concepto de *e-commerce* que desarrollamos y no perder la base original que constituye este tipo de aplicativos.

4.2.4. La pesca ilegal en el Perú

La pesca ilegal en el Perú se define como toda actividad pesquera que contraviene la legislación nacional vigente, afectando la sostenibilidad de los recursos hidrobiológicos y el desarrollo de la industria pesquera legítima, es parte de un fenómeno global más amplio conocido como pesca INDNR(Pesca Ilegal, No Declarada y No reglamentada). Rojas Perea et al. (2024), en su artículo de revista científica, menciona que la pesca ilegal en el Perú representa una de las principales amenazas para la sostenibilidad de los recursos marinos y la seguridad alimentaria, ya que actividades como la pesca no declarada o no reglamentada generan pérdidas económicas significativas y presionan de manera excesiva a las poblaciones de peces.

Ortigueira Sánchez et al. (2023), en un caso de estudio de la revista *"Casos de Marketing Público y No Lucrativo"* menciona que, estas prácticas son incentivadas por la falta de fiscalización efectiva, el desconocimiento de los consumidores sobre temporadas de veda y tallas mínimas, así como por la necesidad económica de miles de pescadores que en su mayoría perciben ingresos inferiores al salario mínimo. Uno de los principales objetivos del proyecto es reducir la frecuencia con la que se cometen este tipo de actos ilícitos en las comunidades de pescadores artesanales, por lo tanto, es pertinente entender el concepto general de todo lo que involucra la pesca ilegal en el Perú.

4.2.5. Importancia de crear una app *e-commerce* para como herramienta de comercialización de productos pesqueros

Una app *e-commerce* puede definirse como un medio digital diseñada para dispositivos móviles o plataformas web, que facilitan la interacción comercial directa entre productores y consumidores mediante funciones como catálogos de productos, gestión de pedidos y pagos en línea. Estas herramientas, más allá de su papel como simples medios de venta, también optimizan la comunicación, fortalecen la trazabilidad y promueven la inclusión de actores que históricamente han estado al margen de los mercados formales, incrementando la eficiencia y competitividad de sectores como el agroalimentario y el pesquero.

En este sentido, Siburian et al. (2024) destacan que el desarrollo de un aplicativo *e-commerce* constituye una herramienta estratégica para la comercialización de productos pesqueros, ya que ofrece un espacio digital donde los pescadores pueden exhibir sus productos, ampliar su alcance y llegar a consumidores sin limitaciones geográficas. Además, contribuye a reducir pérdidas derivadas de la perecibilidad del

pescado, facilita procesos de pago y mejora la confianza de los clientes al proporcionar información clara sobre la calidad y los precios.

De manera complementaria, Samihardjo et al. (2021) señalan que las plataformas digitales fortalecen el contacto directo entre productores y consumidores, agilizando la distribución de productos que requieren rapidez y condiciones sanitarias óptimas. Asimismo, permiten a los pescadores difundir información, recibir pedidos y formalizar contratos sin necesidad de intermediarios, incrementando la eficiencia, ampliando el alcance de mercado y fortaleciendo la competitividad del sector.

En el presente proyecto, la creación de un aplicativo *e-commerce* para la pesca artesanal en el muelle Los Pescadores en Chorrillos cobra relevancia, pues responde directamente a la problemática identificada: La informalidad, la dependencia de intermediarios y la escasa adopción tecnológica. La app propuesta busca no solo modernizar la comercialización en el muelle, sino también promover la formalización, mejorar los ingresos y garantizar un comercio justo y sostenible, contribuyendo a la incorporación plena de los pescadores artesanales en la economía digital.

5. Beneficiarios

5.1. Mapa de Actores

El aplicativo está dirigido principalmente a pescadores artesanales y comerciantes del muelle de Chorrillos, quienes, pese a su participación activa en la cadena productiva pesquera, la mayoría no tiene acceso a herramientas digitales que les ayuden a mostrar su oferta, incrementar sus ingresos y depender menos de los intermediarios. Esta plataforma digital conecta a los pescadores directamente con los consumidores, siendo accesible y adaptada a su contexto. Por otro lado, los actores indirectos son la Asociación de Pescadores José Olaya Balandra, la comunidad local,

la Municipalidad de Chorrillos, la Marina de Guerra, SANIPES, y el sector turístico e inversionistas privados, quienes pueden apoyar o afectar el desarrollo del modelo según su nivel de participación y enfoque.

5.1.1. Actores Contextuales

Los actores contextuales influyen en el sector de la actividad pesquera artesanal. Entre ellos, PRODUCE (Ministerio de la Producción) cumple un rol fundamental al promover políticas de sostenibilidad, formalización y fortalecimiento del sector, además de poder brindar respaldo técnico e institucional a iniciativas como el aplicativo. En contraposición, la pesca industrial y extranjera representa una competencia desleal que impacta negativamente al pescador artesanal, al dominar mercados, reducir precios y poner en riesgo su subsistencia. Por otro lado, las ONGs y colectivos ambientales o de comercio pueden actuar como aliados estratégicos para fomentar el consumo responsable, el comercio ético, la trazabilidad y la visibilidad de los pequeños productores dentro del sistema pesquero artesanal.

5.1.2. Arquetipo Cliente

Juan Carlos, 43 años, es pescador artesanal del muelle de Chorrillos y lleva 20 años en este oficio que aprendió de su padre. Empieza su jornada a las 4 a.m. y termina al mediodía, según lo que logre capturar y vender. Vive en una zona popular y mantiene a su familia, aunque sus ingresos son inestables por el clima, los precios y la competencia de la pesca industrial. No maneja bien la tecnología, pero su hijo lo ayuda con el celular. Desconfía un poco de lo digital, aunque está dispuesto a aprender si eso le permite ganar mejor y pasar más tiempo con su familia. Siente que los intermediarios le quitan gran parte de sus ganancias y ve en este aplicativo una oportunidad para mejorar sus ingresos y darle más valor a su trabajo.

5.1.3. Beneficiarios, lugar e industria

Este reto de innovación beneficiará directamente a 50 pescadores artesanales y 30 comerciantes del muelle de Chorrillos, actores fundamentales en la cadena de valor pesquera local. De manera indirecta, impactará positivamente a más de 300 consumidores, tanto residentes como turistas. El proyecto se llevará a cabo en Chorrillos, Lima Metropolitana, y se integra en la industria de la pesca artesanal, vinculándose con la tecnología digital (*e-commerce*) y la economía circular al promover la venta directa, el consumo responsable y el uso sostenible del recurso pesquero.

6. Modelo de Negocio

6.1. Reto

El reto consiste en visibilizar y fortalecer las ventas de los comerciantes pesqueros artesanales del Muelle Los Pescadores, en el distrito de Chorrillos, quienes enfrentan problemáticas como la informalidad, la dependencia de intermediarios y la escasa digitalización. Como solución, se propone una aplicación de comercio que mejore su posicionamiento, permita generar ingresos justos y fomente prácticas sostenibles para la protección de los recursos marinos, valorando y promoviendo al mismo tiempo la cultura pesquera artesanal. Para lograrlo, se plantean las siguientes actividades clave:

- Diseño y desarrollo de una plataforma digital accesible e intuitiva, adaptada a las necesidades de los pescadores y comerciantes.
- Capacitación y realización de talleres prácticos sobre el uso de la plataforma, ventas en línea, medios de pago digitales y herramientas básicas de comercio electrónico, complementados con la ejecución de campañas de visibilidad y posicionamiento en redes sociales y canales digitales.

- Implementación de estrategias para lograr la vinculación directa con consumidores finales, reduciendo la dependencia de intermediarios.

6.2. Propuesta de valor

La propuesta es una app/web que permite a pescadores y comerciantes artesanales vender directamente sus productos, sin intermediarios, mejorando su autonomía comercial. A través de la plataforma, obtienen visibilidad, acceden a nuevos mercados y se conectan con clientes que valoran el consumo local, fresco y sostenible.

6.3. Segmento de clientes

El segmento de clientes incluye a pescadores y comerciantes artesanales que cuentan con un celular y desean formalizarse de manera sencilla, además de mejorar sus ventas, ampliando y fidelizando su cartera de clientes. También abarca a consumidores locales y turistas que valoran el pescado fresco de origen confiable, que suelen comprar por aplicativos de *delivery* y que buscan apoyar la economía de Chorrillos y el cuidado del ecosistema marino.

6.4. Canales

6.4.1. Aplicación Móvil

La propuesta contará con una aplicación móvil que promocione ofertas en banners y brinde descuentos de bienvenida. Esta permitirá que pescadores y comerciantes publiquen diariamente su oferta de pescado fresco, incluyendo fotos de su día a día, con el fin de acercar el producto directamente al consumidor final.

6.4.2. Página web

Se desarrollará una página web donde los usuarios podrán explorar el catálogo de pescado fresco, así como acceder a recetas, consejos de conservación y datos relacionados con la pesca sostenible, convirtiéndose en un espacio informativo y comercial.

6.4.3. Redes sociales (TikTok, Instagram y Facebook)

Las redes sociales serán un canal clave para llegar al público, mediante la publicación de *reels*, fotos e historias que incluyan recetas fáciles con productos del día, testimonios de pescadores reales y contenido generado por *foodies* de Lima. Además, se contará con la colaboración de *influencers* gastronómicos que reforzarán la visibilidad y credibilidad del proyecto.

6.4.4. WhatsApp Business

WhatsApp Business será una herramienta de comunicación directa con los usuarios, a través de la cual se responderán consultas sobre precios, disponibilidad y tipos de pescado, además de confirmar pedidos y coordinar entregas de manera ágil. También se implementarán respuestas automáticas para saludar, informar horarios de atención y ofrecer datos básicos incluso fuera del horario laboral.

6.4.5. Ferias gastronómicas

El proyecto también tendrá presencia en ferias gastronómicas de gran relevancia como el Festival del Chicharrón de Pescado, Mistura, el Festival del Ceviche y Perú Mucho Gusto, donde se realizarán activaciones para promocionar la aplicación y fortalecer el alcance presencial.

6.4.6. Alianzas con apps de *delivery*

Finalmente, se establecerán alianzas con aplicaciones de *delivery* como Rappi y PedidosYa, que son las más utilizadas a nivel nacional, con el objetivo de optimizar la logística de distribución y ampliar el alcance del servicio en el mercado.

6.5. Relación con los clientes

La relación con los usuarios será de forma cercana y continua con sus usuarios mediante atención personalizada a través de WhatsApp, gestionando consultas, confirmaciones de pedido y solución de incidencias. Se implementará un seguimiento postventa para verificar la satisfacción del cliente y atender posibles inconvenientes, complementado con encuestas que permitan evaluar la calidad del servicio, identificar oportunidades de mejora y medir la fidelidad del consumidor.

Se difundirá contenido educativo sobre pesca responsable, abordando temas como prácticas sostenibles, especies en temporada y el impacto ambiental de la pesca ilegal, con el fin de sensibilizar a los usuarios. Se ofrecerán promociones atractivas, incluyendo descuentos especiales, cupones y beneficios por recomendación, incentivando la recompra. Finalmente, se fomentará una comunidad digital activa, en nuestras redes sociales, que conecte a consumidores y pescadores, compartiendo historias, organizando actividades interactivas y generando espacios de diálogo que fortalezcan el vínculo entre ambos actores.

6.6. Actividades clave

Las actividades principales incluyen el diseño, desarrollo y mantenimiento de la aplicación y la página web, garantizando su funcionamiento óptimo y actualización constante.

Se llevará a cabo la capacitación continua de pescadores y comerciantes en el uso de la plataforma y en estrategias digitales para potenciar sus ventas.

Asimismo, se producirá contenido visual atractivo (fotografías, videos cortos, *reels* y transmisiones en vivo) para redes sociales, mostrando el proceso de pesca, las historias de los pescadores y la frescura del producto.

Se gestionarán los pedidos de forma eficiente, asegurando la trazabilidad y calidad del servicio, y se impulsará el posicionamiento de la marca tanto en medios digitales como en espacios presenciales, incluyendo ferias gastronómicas, alianzas estratégicas y eventos comunitarios.

6.7. Recursos clave

El proyecto requiere el desarrollo de una plataforma tecnológica, compuesta por un aplicativo móvil y una página web, que permita la gestión de perfiles de pescadores, la publicación de productos, la comunicación directa con clientes y la trazabilidad de las transacciones. Para poder hacerlo posible es indispensable contar con un equipo multidisciplinario especializado en desarrollo de software, diseño UX/UI, comunicación digital y atención al cliente, con el fin de garantizar una experiencia de usuario óptima y un soporte continuo.

La base de datos de pescadores constituye un recurso esencial, ya que recopila información sobre su identidad, métodos de pesca y especies ofertadas, fortaleciendo la confianza y la transparencia hacia el consumidor. Asimismo, se contempla la creación de alianzas estratégicas con instituciones clave, como ONG’s, universidades, municipalidades y entidades estatales; respaldando la formalización, la capacitación y la difusión del proyecto. Finalmente, se incluirán herramientas automatizadas, como *chatbots*, para guiar al usuario, optimizar la atención y agilizar el proceso de compra y venta dentro de la app.

6.8. Aliados clave

Los aliados estratégicos cumplen funciones clave para garantizar la calidad, sostenibilidad y viabilidad operativa del proyecto:

- PRODUCE y Sanipes brindan soporte en la formalización de pescadores y proveedores, así como en la obtención y mantenimiento de certificaciones sanitarias y de calidad, además de coordinar inspecciones y capacitaciones en buenas prácticas.
    - La Municipalidad de Chorrillos facilita la logística y la tramitación de permisos para operar puntos de acopio y distribución, así como la coordinación de rutas de transporte.
    - Las ONGs ambientales respaldan la sostenibilidad del proyecto mediante la implementación de programas de pesca responsable, campañas de sensibilización y monitoreo del impacto ambiental.
    - Las universidades aportan investigación y desarrollo, realizando estudios de mercado, innovaciones tecnológicas en trazabilidad y control de calidad, así como propuestas para empaques biodegradables y mejoras logísticas.
    - La asociación Jose Silverio Olaya Balandra, coordina la oferta según temporadas y vedas, asegurando su participación directa en la cadena de valor y fomentando capacitaciones en el uso de la app y en buenas prácticas de pesca y manipulación post-captura.
    - Las agencias de publicidad apoyan en el diseño e implementación de campañas de marketing digital y comunicación estratégica, potenciando la visibilidad de la marca y la captación de clientes.

- Las agencias de desarrollo de software aportan en la creación, optimización y mantenimiento de la plataforma tecnológica, incorporando mejoras de usabilidad, seguridad y escalabilidad.
- Plataformas de *delivery* consolidadas como Rappi o PedidosYa actúan como aliados en la distribución, integrando la oferta de productos marinos en sus catálogos y permitiendo ampliar el alcance del servicio a nuevos segmentos de consumidores.

6.9. Fuentes de ingreso

El ingreso mensual estimado para operar el modelo es de S/ 15,070.00 e incluye eventos y experiencias, publicidad, suscripciones, crowdfunding, colaboraciones y patrocinios. Se proyectan ingresos anuales de S/96.840.00.

Tabla 1.

Fuentes de Ingresos Mensuales

Fuentes	**Detalle**	**Ingreso Mensual**
Eventos y experiencias	2 tours gastronómicos mensuales de 15 personas cada uno, con un precio de S/ 70 por participante. En esta experiencia, los visitantes recorrerán el muelle, participarán en la pesca a bordo y culminará preparando un platillo con lo capturado, generando ingresos adicionales	S/ 2,100.00
Publicidad	ADS automáticos con 1000 usuarios activos + publicidad directa de marcas o negocios 2 a más clientes	S/ 1,000.00
Suscripciones	Modelo *freemium* con una cantidad de 300 suscriptores a 9.90 el mes	S/ 2,970.00
Colaboraciones y patrocinios	Acuerdos comerciales con supermercados, restaurantes y cadenas de cevicherías / marisquerías, empresas de delivery y logística y ONG	S/ 2,000.00
Crowdfunding	S/ 7 000 una única campaña previa al lanzamiento con duración de 6 meses.	S/ 7,000.00

Total:	**S/ 15,070.00**

6.10. Impacto

El proyecto busca generar un impacto integral en el ámbito económico, social, cultural y ambiental de la pesca artesanal en Chorrillos. En el ámbito económico, se pretende mejorar los ingresos de los pescadores artesanales mediante la venta directa, reduciendo su dependencia de intermediarios y asegurando un precio más justo por sus productos. A nivel social, se promueve un consumo consciente que permita a los consumidores conocer el origen del pescado, fomentando relaciones de confianza y transparencia.

En el aspecto cultural, la iniciativa busca poner en valor la identidad y las prácticas tradicionales de la pesca artesanal como parte del patrimonio de la asociación Jose Olaya ubicado en Chorrillos. Finalmente, en el ámbito ambiental, el proyecto pretende incentivar la sostenibilidad ecológica mediante la trazabilidad y la promoción de prácticas de pesca responsables, contribuyendo a la conservación del ecosistema marino.

Mejorar la economía de los pescadores, reducir la dependencia de intermediarios, promover el consumo consciente, valorar la cultura local y fomentar la sostenibilidad ecológica.

6.11. Presupuestos

El costo mensual estimado para operar el modelo es de **22,350.00** e incluye plataforma, marketing, sueldos, logística, capacitaciones y caja chica.

Tabla 2.

Fuentes de Egresos Mensuales

Rubro	Costo Mensual
Desarrollo de Plataforma	S/ 8,000.00
Licencia de desarrollador Google Play	S/ 90.00
Mantenimiento de la plataforma	S/ 1,500.00
Administración, contabilidad, marketing y atención al cliente	S/ 2,000.00
Logística, control de calidad en el muelle y atención al cliente	S/ 1,500.00
Capacitación a Usuarios (pescadores)	S/ 565.00
Caja chica	S/ 834.75
Total:	**S/ 6,399.75**

7. Resultados

La validación del modelo propuesto se realizó mediante entrevistas cualitativas y talleres participativos con pescadores, comerciantes y consumidores del muelle de Chorrillos. En primer lugar, el 85% de los pescadores manifestó su interés en utilizar una app *e-commerce*, siempre que se les brinde capacitación previa y soporte técnico constante.

Asimismo, el 70% identificó como principal ventaja la posibilidad de reducir su dependencia de intermediarios y obtener mejores precios por sus productos. Durante la fase

de prototipado, se observó un incremento potencial del 35% en el margen de ganancia, al simular ventas directas a consumidores finales a través de la plataforma digital. Por otro lado, los comerciantes valoran positivamente el acceso a un catálogo digital con actualización diaria de la oferta, pues esto facilita la planificación de sus compras y la reducción de pérdidas.

Desde la perspectiva del consumidor, los participantes en la validación percibieron la plataforma como una herramienta confiable. Destacaron especialmente la trazabilidad del producto y la información sobre prácticas de pesca sostenible como factores decisivos en sus decisiones de compra. Finalmente, se identificó que la integración con servicios de *delivery* permitiría ampliar el alcance de los pescadores hacia nuevos segmentos de mercado, principalmente en distritos aledaños, fortaleciendo la competitividad y visibilidad de la pesca artesanal.

8. Conclusiones

El análisis del nivel de manejo tecnológico de los pescadores y comerciantes de Playa Los Pescadores permitió identificar que, si bien existen limitaciones en el uso de herramientas digitales, los participantes mostraron apertura al aprendizaje y disposición para adaptarse a nuevas tecnologías. Esto evidencia que, con la capacitación adecuada, los pescadores artesanales pueden integrarse en procesos de digitalización que modernicen su labor sin perder su identidad cultural.

En cuanto a las herramientas necesarias para el diseño del aplicativo *e-commerce*, se concluyó que la trazabilidad, los pagos digitales, la venta directa y la conexión en tiempo real entre pescador y consumidor son elementos clave para garantizar la transparencia, la confianza y la eficiencia en las transacciones. Estas características no solo fortalecen la

competitividad del sector, sino que también aseguran que la propuesta se alinee con prácticas responsables y sostenibles.

Respecto al impacto en la comercialización de productos pesqueros, los resultados demostraron que la implementación de esta solución digital permite mejorar los ingresos de los pescadores al reducir intermediarios, genera mayor confianza en los consumidores y contribuye a la valorización del trabajo artesanal. Además, fomenta prácticas sostenibles que fortalecen la relación entre comunidad, mercado y medio ambiente.

Finalmente, el potencial de escalabilidad de la propuesta confirma que un aplicativo *e-commerce* de productos pesqueros no solo moderniza la comercialización, sino que también empodera a comunidades tradicionalmente excluidas del mercado formal. Este alcance respalda su implementación en otros muelles del país, incorporando nuevas funciones vinculadas al turismo vivencial y la educación ambiental.

9. Referencias

Bedoya D. (2023), en su investigación titulada *"Proceso de monitoreo y trazabilidad para la pesca artesanal de altura en Matarani"* *https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/2213518*

Calderwood, J. (2022). ***Smartphone application use in commercial wild capture fisheries*** Reviews in Fish Biology and Fisheries. https://doi.org/10.1007/s11160-022-09727-6

Carrere, M. - Mongabay. (2023, 13 de septiembre). *Perú: expertos advierten que ampliar el proceso de formalización pesquera podría generar corrupción.* Mongabay. https://es.mongabay.com/2023/09/peru-ampliar-proceso-de-formalizacion-pesquera-podria-generar-corrupcion/

El Comercio. (2024, 23 de enero). *Municipalidad de Chorrillos tras enfrentamientos: "No tenemos pretensiones de entrar al muelle".* El Comercio. https://elcomercio.pe/lima/chorrillos-registran-nuevos-enfrentamientos-entre-pescadores-artesanales-y-serenos-playa-pescadores-ultimas-noticia/

Ekpu, G. - AP News (2023, January 5). *Cameroonian fishery products banned in EU, commission says*. AP News. - Pesca INDNR: Lucha contra la pesca ilegal, no declarada, no reglamentada. Cameroonian fishery products banned in EU, commission says | AP News

Escalante J. y Mamani L. (2021) Lineamientos para una política pública de la pesca artesanal. El caso del puerto de Matarani https://www.researchgate.net/publication/353855181_Lineamientos_para_una_politica_publica_de_la_pesca_artesanal_El_caso_del_puerto_de_Matarani

FAO (FAO, 2020) *El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2020: La sostenibilidad en acción*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/c2ca78a8-47c8-42f3-8b9a-4d7b30259e6c/content

Gozzer-Wuest, R., Christensen, V., Orensanz, J. M., & Ñiquen, M. (2021). What is at risk due to informality? Economic reasons to transition to secure tenure and active co-management of the jumbo flying squid artisanal fishery in Peru. *Marine Policy, 136*, 104799. https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104886

Hammad, M., Alqarni, A., & Saleh, M. (2020). A comprehensive study on the classification of mobile applications. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 34(5), 1620–1630. https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2020.06.003

Hasselwander M. & Weiss D. (2025). Consumer preferences for super app services: E-commerce, social media, and banking dominate, European Research on Management and Business Economics, Volume 31, Issue 2, 100284. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2025.100284

Inforegión. (2023, 22 de diciembre). Aplicativo móvil transforma la pesca artesanal y protege el ecosistema marino. https://inforegion.pe/aplicativo-movil-transforma-la-pesca-artesanal-y-protege-el-ecosistema-marino/

James, M. A., Gozzer‐Wuest, R., Mendo, T., Gomez, I., Grillo‐Núñez, J., & Mendo, J. (2023). *To ignore or mitigate – Economic implications of an illegal artisanal trawl fishery in northern Peru. Marine Policy, 158, 105865.* https://doi.org/10.1016/j.marpol.2023.105865

Kranmayi, G., & Sharma, K. (2021). *ICT applications in fisheries: enhancing productivity and market access*. Reviews in Fish Biology and Fisheries, 30(4), 603–620. https://doi.org/10.1007/s11160-022-09727-6

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2023). *Sistema de Formalización de la Pesca Artesanal (Siforpa II)*. https://spda.org.pe/wp-content/uploads/2023/10/guia-formalizacion-pesca-2_compressed.pdf

Mendo, T., Ransijn, J. M., Gómez, I., Gozzer‐Wuest, R., Paradinas, I., James, M., & Mendo, J. (2023). *Minimising discards while taking revenue into account: Spatio‐temporal assessment of catches in an artisanal shrimp trawl fishery in Peru*. *Fisheries Research, 261*, Article 106846. https://doi.org/10.1016/j.fishres.2023.

Ortigueira-Sánchez, L. C., Benvenuto Dorich, J. G. S., & Alfaro Baltodano, A. C. M. (2022). *PesCo, the shared value solution towards sustainable fishing in Peru. Casos De Marketing Público Y No Lucrativo, 9, 204–216.* **https://doi.org/10.5281/zenodo.7521906**

Rojas-Perea, S., D'Costa, N. G., Kanagusuku, K., Escobedo, R., Rodríguez, F., Mendoza, A., Maguiño, R., Flores, R., Laglbauer, B. J. L., Stevens, G. M. W., & Kelez, S. (2025). *Fisheries, trade, and conservation of manta and devil rays in Peru. Environmental Biology of Fishes, 108*(4), 725–748. https://doi.org/10.1007/s10641-024-01647-7

RPP Noticias. (2023, 23 de marzo). *Chorrillos: denuncian pesca ilegal de toneladas de chita bajo la modalidad de "traqueo"*. RPP Noticias. https://rpp.pe/lima/actualidad/chorrillos-denuncian-pesca-ilegal-de-toneladas-de-chita-bajo-la-modalidad-de-traqueo-noticia-

Samihardjo, R., Hamdan, Fauzi, F. N., Matara, F., Arizkia, A. F., & Permana, Y. (2021). *Design of fisheries e-commerce as a marketing media in the Covid-19 pandemic. Review of International Geographical Education (RIGEO), 11(3), 1393–1407.* https://rigeo.org/menu-script/index.php/rigeo/article/view/647

Siburian, D. P. T., Hartiyani, S. D. ., Wicaksono, A. ., & Gustina, S. (2024). *Design of a Web-Based E-Commerce Sales System for the Economic Empowerment of Tambak Fish Farmers . IJID (International Journal on Informatics for Development), 13(1), 400–417.* https://doi.org/10.14421/ijid.2024.4440

Sulova, S. (2023). A Conceptual Framework for the Technological Advancement of E-Commerce Applications. Businesses, 3(1), 220-230. https://doi.org/10.3390/businesses3010015

Wang,G., Li,S., Yi,Y.,Wang, Y.,& Shin,C. (2024). *La tecnología digital incrementa la sostenibilidad de las cadenas agroalimentarias transfronterizas: una revisión.* https://www.mdpi.com/2077-0472/14/6/900

WWF Perú. (2021). *TrazApp: la aplicación que revoluciona la pesca artesanal en el Perú*. La aplicación móvil que está revolucionando la tecnología en la pesquería artesanal peruana | WWF

10. Anexos

Resultados de encuestas sobr

Chorrillos

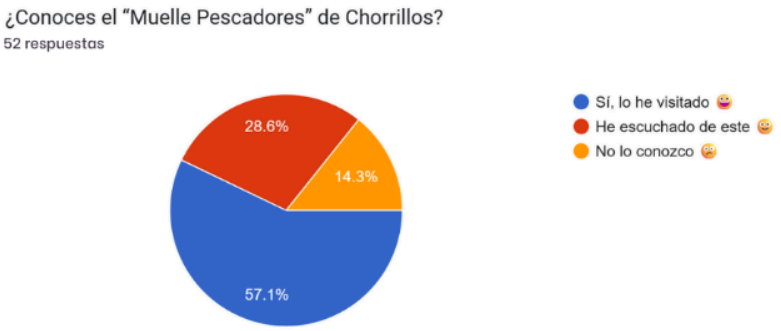


Figura 1. Resultados pregunt

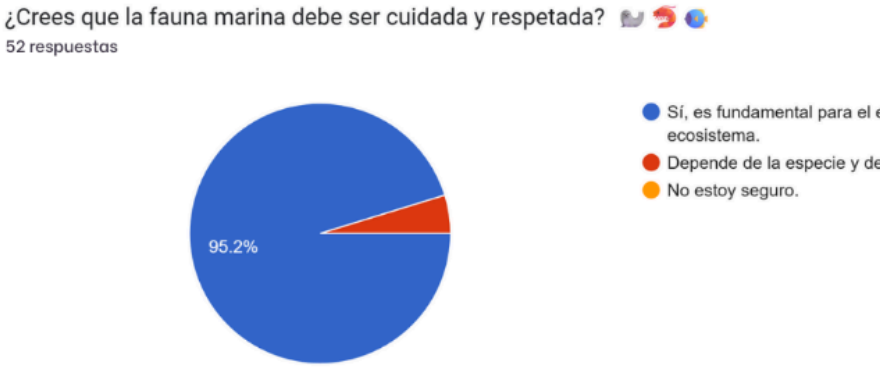


Figura 2. Resultados pregun

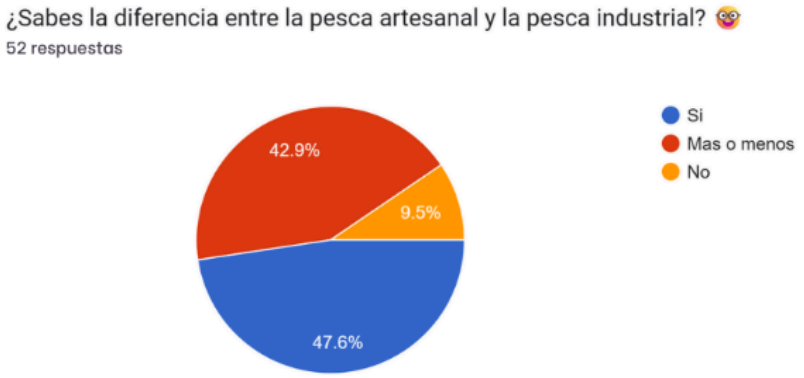


Figura 3. Resultados pregunta 3 encuesta

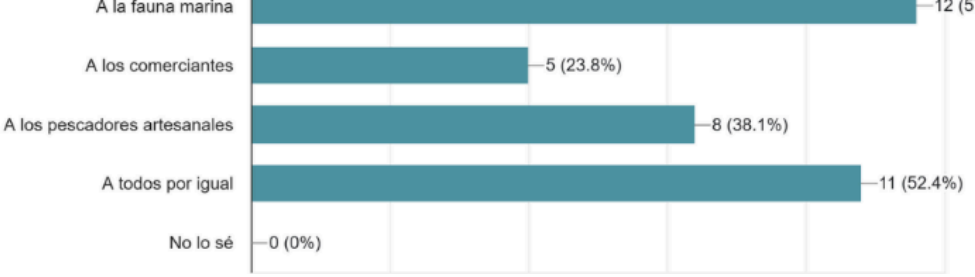


Figura 4. Resultados pregunta 4 encuesta

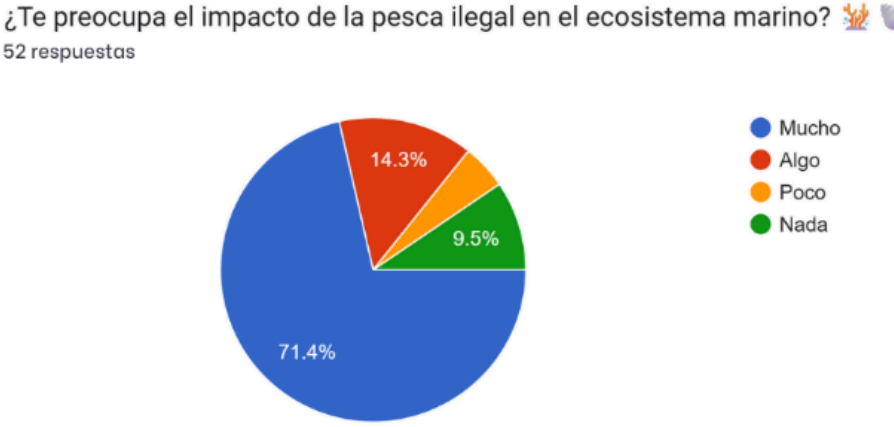
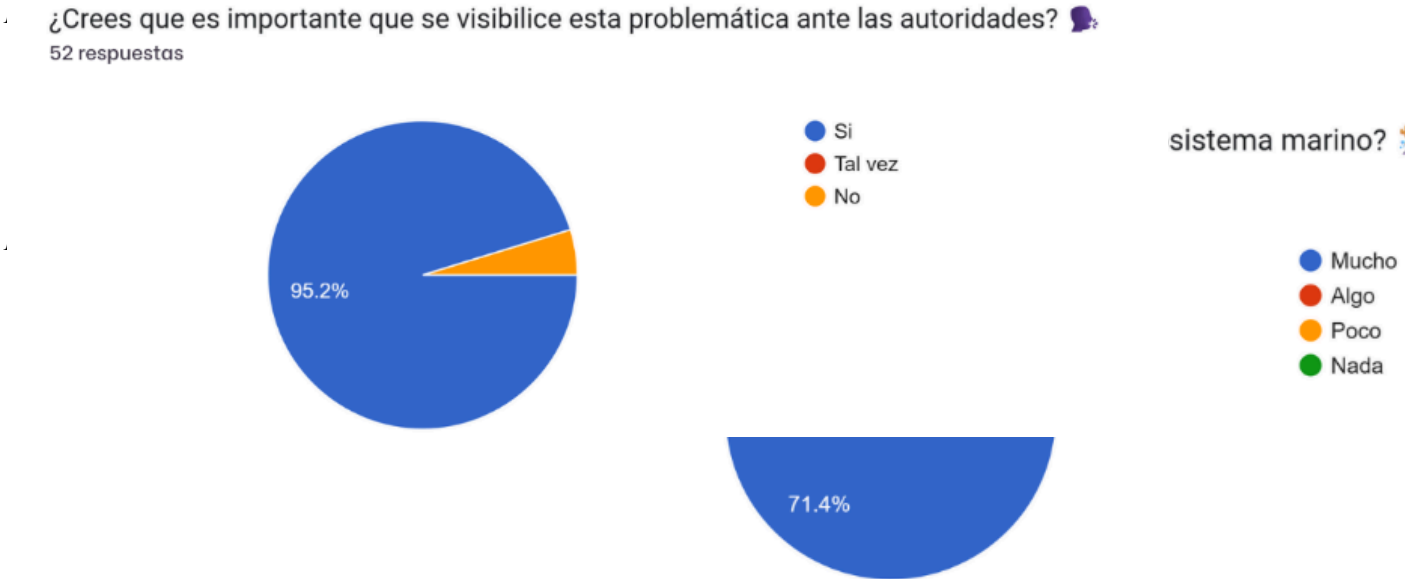


Figura 5. Resultados



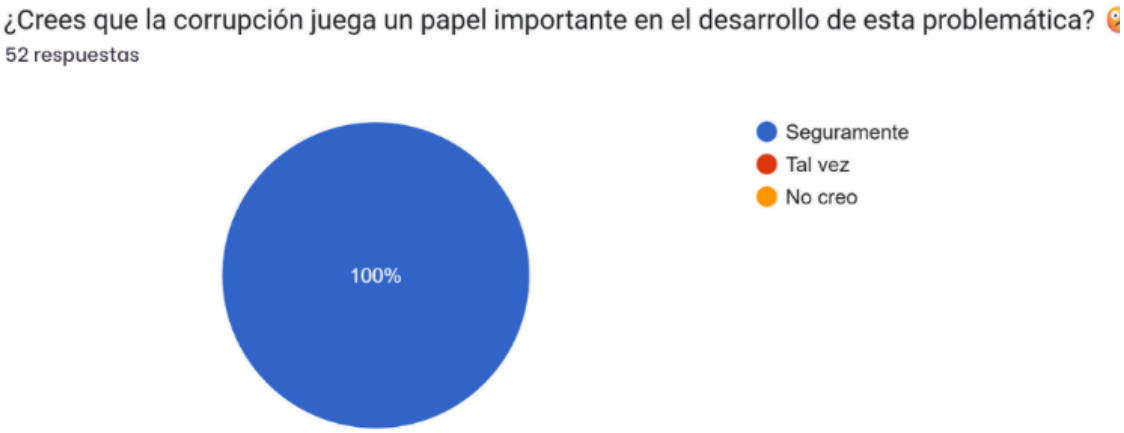


Figura 7. Resultados pregunta 7 encuesta

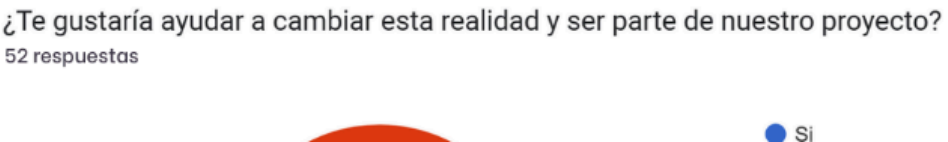


Figura 8. Resultados pregunta 8 encuesta

.

Figura 9. Resu



Figura 10. Res



Figura 11. Res

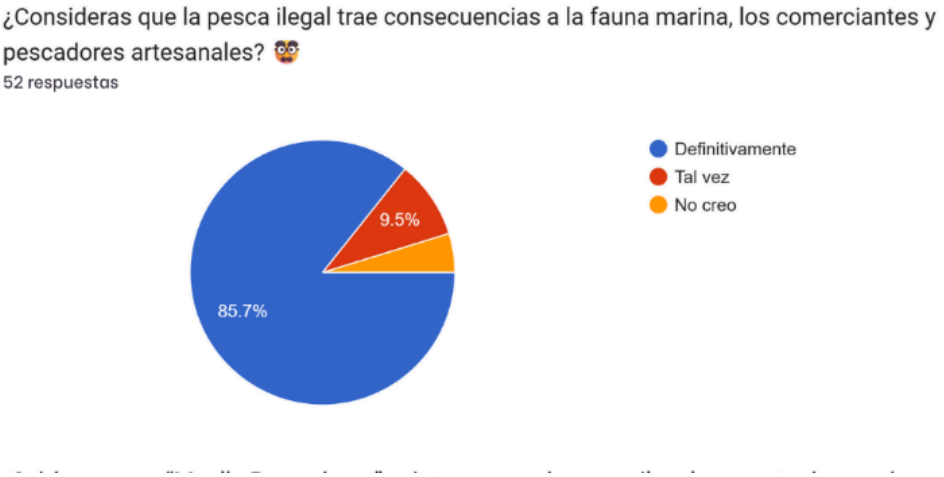


Figura 12. Resultad

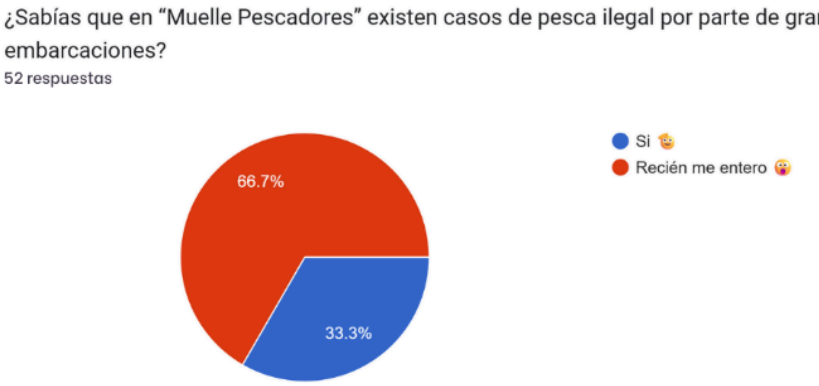


Figura 13. Resultado

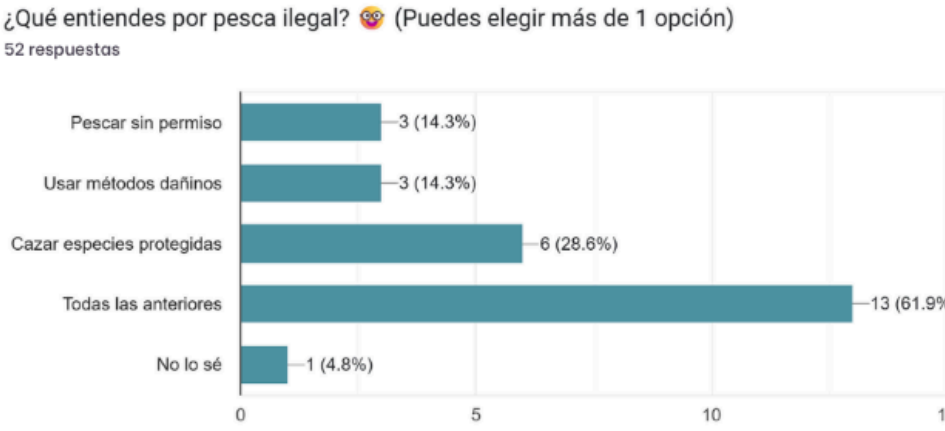


Figura 14. Resultados p



Figura 15. Resultados pregunta 15 encuesta



Figura 16. Entrevista 1 Percepción del Entorno



Figura 17. Entrevista 2 Percepción del Entorno



Figura 18. Entrevista 3 Percepción del Entorno



Figura 19. Entrevista 4 Percepción del Entorno



Figura 20. Entrevista 5 Percepción del Entorno



Figura 21. Entrevista 6 Percepción del Entorno

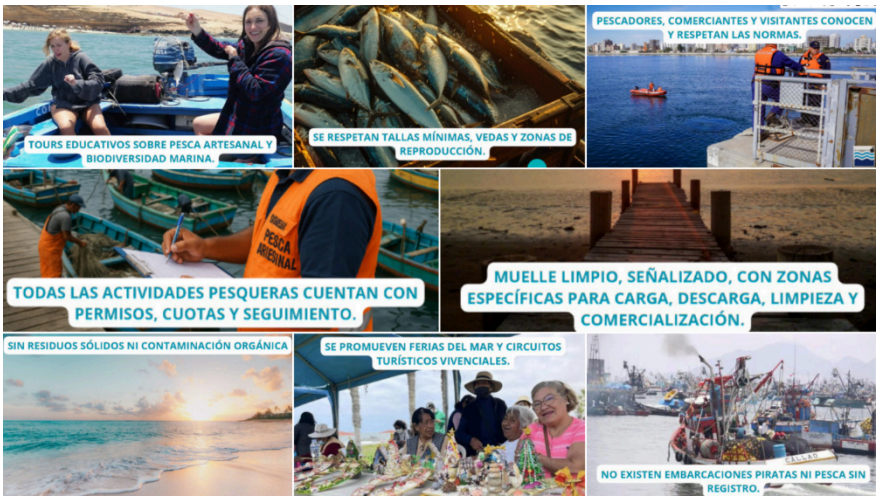


Figura 22. Taller Generativo 1



Figura 23. Taller Generativo 2



Figura 24. Taller Generativo 3



Figura 25. Taller Generativo 5

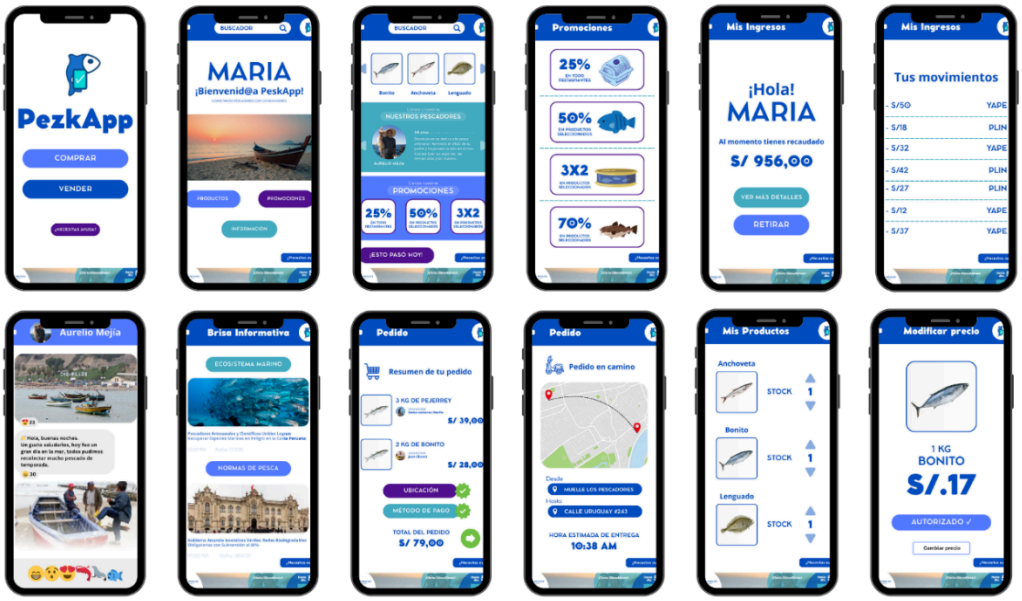


Figura 26. Pr



Figura 27. Flyer Aplicativo PeskApp



Figura 28. Promoción en Plataforma Instagram PeskApp



Figura 29. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 1



Figura 30. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 3



Figura 31. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 4



Figura 32. Usuarios ponen a prueba Aplicativo PeskApp 5



Figura 33. Visita a Muelle José Olaya – Chorrillos 1



Figura 34. Visita a Muelle José Olaya – Chorrillos 2



Figura 35. Visita a Muelle José Olaya – Chorrillos 3