ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Visibilización y sostenibilidad del emprendimiento artesanal a través de la “Casita de Encuentros” en Antioquía, Huarochirí - 2025

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Adriana Daniela Roldan Alegre
DNI: 72613219, Perú
Saray Mercedes Saavedra Hueza
DNI: 72764534, Perú

ASESOR

Juan Miguel Chunga Chunga
DNI: 74084320, Perú

JURADO

Carlos Abel Dominguez Bautista
Renzo Guido Evans
Paola Margarita Sánchez Mendoza

Lima, septiembre 2025

Informe - GRUPO 5.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:495427346

Submission Date
Sep 9, 2025, 11:32 PM GMT-5

Download Date
Sep 10, 2025, 1:49 PM GMT-5

File Name
Informe - GRUPO 5.docx

File Size
8.2 MB

38 Pages

5,181 Words

30,455 Characters

16% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

8% Internet sources
2% Publications
15% 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.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 3

II. Descripción de la innovación **4**

2.1 Planteamiento del Problema 4

2.2 Población beneficiaria 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 7

2.5 Proceso creativo y experimentos 8

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 8

2.5.2 Información sobre el Mercado 9

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 10

2.5.4 Diseño de producto/servicio 10

2.5.5 Modelo de Negocio 12

2.5.6 Resultados esperados 13

2.5.7 Prototipos desarrollados 14

2.5.8 Experimentos 16

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 26

III. Estimación de costos **27**

3.1 Presupuesto 27

IV. Conclusiones y recomendaciones **30**

4.1 Conclusiones 30

4.2 Recomendaciones 31

V. Referencias Bibliográficas 32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto estimado piloto de la “Casita de Encuentros – Antioquía 24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logo de la Casita de Encuentros 1
Figura 2 Mapa de actores 5
Figura 3 Croquis inicial de distribución de la “Casita de Encuentros” en Antioquía 10
Figura 4 Business Model Canvas 11
Figura 5 Captura del video de presentación de Casita de Encuentros 12
Figura 6 Mockup de la página de Instagram de Casita de Encuentros 13
Figura 7 Croquis conceptual de distribución de la Casita de Encuentros en Antioquía 14
Figura 8 Distribución de edades de los encuestados 15
Figura 9 Distrito o ciudad de residencia de los encuestados 18
Figura 10 Frecuencia con la que los encuestados salen de Lima para actividades turísticas 19
Figura 11 Actividades que disfrutan más los encuestados cuando viajan 19
Figura 12 Personas con quienes los encuestados suelen viajar 20
Figura 13 Tiempo promedio de permanencia de los encuestados 21
Figura 14 Interés de los encuestados en visitar la Casita de Encuentros en Antioquía 22
Figura 15 Actividades de la Casita de Encuentros que más llaman la atención a los encuestados 22
Figura 16 Disposición de pago de los encuestados por la entrada general a la Casita de Encuentros 23
Figura 17 Atracción hacia la Casita de Encuentros con conciertos en vivo o eventos musicales de pequeño formato 24
Figura 18 Frecuencia de asistencia a conciertos en Antioquía con al menos 1-2 eventos por mes 25
Figura 19 Interés de los encuestados en visitar la Casita de Encuentros en Antioquía 25

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Visibilización y sostenibilidad del emprendimiento artesanal a través de la "Casita de Encuentros" en Antioquía, Huarochirí – 2025

Figura 1

Logo de la Casita de Encuentros



Nota. Elaboración con ayuda de inteligencia artificial Gemini, 2025.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Visibilización y sostenibilidad del emprendimiento artesanal a través de la “Casita de Encuentros” en Antioquía, Huarochirí – 2025 se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas. Busca responder a la inestabilidad económica y la baja visibilidad de los emprendimientos locales ocasionadas por la dependencia del turismo estacional y la limitada articulación con mercados amplios, teniendo como población beneficiaria a las emprendedoras locales de Antioquía, especialmente mujeres dedicadas a las artesanías, gastronomía y actividades turísticas, representadas en el arquetipo de Beatriz.

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

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en la creación de la “Casita de Encuentros”, un espacio cultural y experiencial que conecta visitantes con la tradición artesanal y creativa de Antioquía, guiada por Beatriz, se trata de un servicio híbrido físico y digital, que ofrece talleres participativos de artesanía, actividades culturales comunitarias y un catálogo virtual de productos. En términos de

triple impacto, busca empoderar socialmente a mujeres emprendedoras, generar ingresos estables de manera económica y promover el uso responsable de materiales sostenibles a nivel ambiental.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) de video piloto y una página digital en la red social Instagram, para validar el interés de los visitantes y medir la interacción en esta plataforma. Estas pruebas incluyeron encuestas a turistas, obteniendo resultados positivos como un 72.7% de satisfacción y un interés mayoritario en volver a Antioquía para experiencias similares.

Se concluye que la solución propuesta fortalece la sostenibilidad del emprendimiento artesanal y fomenta una mayor permanencia de visitantes en el distrito y se recomienda escalar el modelo a más artesanas locales, consolidar alianzas con instituciones educativas y organizaciones culturales, e implementar un sistema de monitoreo de impacto económico y social.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En los últimos años, el turismo rural en el Perú ha adquirido mayor visibilidad como alternativa sostenible para dinamizar la economía de comunidades alejadas, promover la preservación cultural y diversificar la oferta turística nacional. Los turistas que llegan al Perú y consumen productos de Turismo Comunitario provienen, principalmente, de los segmentos cultural (58%), aventura (56%), tradicional (46%) y ecoturismo (38%) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2019). Sin embargo, este crecimiento no se ha distribuido de forma equitativa entre las distintas localidades. Distritos como Antioquía, en la provincia de Huarochirí, cuentan con iniciativas orientadas a fortalecer su infraestructura turística, incrementar su promoción y consolidar una mayor articulación con el mercado nacional e internacional. Muchos de

los artesanos locales dependen de la llegada de visitantes durante fechas festivas o temporadas específicas, lo que genera ingresos inestables y reduce su capacidad de invertir en el crecimiento de sus negocios. La ausencia de un flujo constante de turistas, sumada a la escasa conexión con redes de promoción cultural y tecnológica, pone en riesgo la continuidad de los emprendimientos artesanales y la transmisión de conocimientos a las nuevas generaciones.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En el distrito de Antioquía, provincia de Huarochirí, ubicado a 75 kilómetros de la ciudad de Lima, el turismo ha crecido de manera visible desde el proyecto "Colores para Antioquía" (2004) cuando el Centro de Investigación, Desarrollo y turismo (CIED) impulsó un concurso internacional de diseños artísticos para plasmar murales en las fachadas del distrito. Con esta iniciativa se transformó la localidad en una galería de arte al aire libre, atrayendo visitantes por su valor estético y cultural. Sin embargo, este crecimiento no ha sido constante ni suficientemente planificado, lo que ha limitado la generación de beneficios sostenibles para todos los pobladores.

Un caso representativo es el de emprendedoras locales dedicadas a la venta de artesanías y productos tradicionales, quienes dependen en gran medida de temporadas festivas y fines de semana para obtener ingresos. Estas limitaciones se expresan en la falta de infraestructura turística adecuada, la escasa promoción en canales digitales, la limitada articulación entre actores locales y la ausencia de propuestas diversificadas que motiven estadías más prolongadas. Asimismo, se evidencia un bajo nivel de capacitación y acceso de herramientas tecnológicas que permitan a las emprendedoras ampliar sus mercados y optimizar la gestión de sus negocios.

La principal consecuencia es la generación de ingresos inestables, que limitan la inversión en el crecimiento de los negocios y reducen las oportunidades de desarrollo económico para la comunidad. Esto también pone en riesgo la continuidad de oficios artesanales tradicionales y la transmisión de conocimientos a las nuevas generaciones.

La problemática se vincula directamente con el ODS 10: Reducción de las desigualdades, ya que expone las diferencias de acceso y beneficio entre miembros de la comunidad. Un turismo no inclusivo acentúa brechas económicas, dejando a las pequeñas emprendedoras en una posición de desventaja frente a otros actores que concentran mayor visibilidad y recursos. Reducir estas desigualdades implica diseñar soluciones que fortalezcan sus capacidades, amplíen su visibilidad y generen un reparto más equitativo de los beneficios turísticos.

En paralelo, el turismo rural comunitario también tiene un impacto ambiental relevante, pues fomenta la preservación de los recursos naturales y la gestión sostenible del territorio cuando se planifica de manera adecuada. La participación de gobiernos locales, actores comunitarios y visitantes en la administración ambiental contribuye a conservar los valores naturales de la zona y a fortalecer prácticas responsables que favorecen tanto la identidad cultural como la sostenibilidad del entorno (Ministerio de Comercio exterior y Turismo - MINCETUR, 2008).

2.2 Población beneficiaria

Figura 2

Mapa de actores



Nota. Elaboración propia.

Principales:

La población beneficiaria principal está conformada por las emprendedoras locales de Antioquía, especialmente mujeres dedicadas a la producción artesanal (tejidos, manualidades, pintura mural), a la gastronomía típica y al guiado turístico comunitario. Estos actores juegan un papel clave en la preservación cultural y en el fortalecimiento de la economía local a través del turismo rural comunitario.

Secundarios:

De forma indirecta, la comunidad en general se beneficia de la dinamización económica, cultural y social que genera el turismo rural, fortaleciendo el sentido de

identidad y cohesión comunitaria. Asimismo, los visitantes nacionales e internacionales interesados en experiencias auténticas de turismo rural vivencial acceden a nuevas propuestas enriquecedoras. Además, organizaciones, asociaciones y colectivos locales, que promueven el desarrollo cultural y comunitario, se favorecen gracias a una mayor articulación, visibilidad y sostenibilidad de sus actividades.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General:

Desarrollar una propuesta innovadora que impulse la visibilidad, sostenibilidad y competitividad de los emprendimientos turísticos y artesanales en Antioquía, reduciendo las desigualdades económicas entre sus actores.

Objetivos específicos:

- Identificar las necesidades y puntos de mejora de las emprendedoras locales vinculadas al turismo.
- Implementar estrategias creativas y tecnológicas que incrementen el alcance y posicionamiento de sus productos y servicios.
- Fomentar la colaboración entre actores locales para fortalecer el ecosistema turístico comunitario.
- Promover experiencias culturales diferenciadas que motiven una mayor permanencia y gasto de los visitantes.

2.4 Marco referencial

El turismo rural comunitario es reconocido como una alternativa para promover el desarrollo económico en zonas rurales y reducir desigualdades sociales, al permitir que las comunidades se beneficien directamente de sus recursos culturales y naturales. Este enfoque se vincula al ODS 10: Reducción de las desigualdades, pues busca garantizar que

los beneficios turísticos no se concentren en pocos actores, sino que se distribuyan de manera equitativa entre las familias locales. En el caso de Perú, Antioquía vivió un impulso turístico con el proyecto “Colores para Antioquía” en 2004, que embelleció sus fachadas y atrajo visitantes. Sin embargo, la falta de continuidad en su gestión y la ausencia de una estrategia de diversificación turística limitaron su sostenibilidad con el tiempo. Por otro lado, el MINCETUR ha impulsado lineamientos nacionales para fortalecer el turismo rural comunitario como eje estratégico de diversificación de la oferta turística. Experiencias similares en Perú, como la experiencia de las Lomas de Lúcumo en Pachacámac, muestra cómo la organización comunitaria puede generar ingresos a través de recorridos guiados, conservación ambiental, ferias artesanales convirtiéndose en un referente de ecoturismo comunitario cercano a la capital. Otros ejemplos en América Latina, como el Turismo Comunitario La Esperanza en Ecuador, que inició en el 2013, ofrecen a los visitantes la posibilidad de convivir con la comunidad, conocer sus costumbres y tradiciones, y disfrutar de actividades en contacto con la naturaleza (GoRaymi, s. f.). Estos casos demuestran que la articulación entre actores locales, la diversificación de la oferta y la promoción conjunta son claves para lograr beneficios sostenibles. Bajo este marco, la presente propuesta se orienta a fortalecer las capacidades y la visibilidad de emprendedoras como Beatriz, garantizando que el turismo contribuya a una distribución más justa de ingresos y oportunidades.

2.5 Proceso creativo y experimentos

Este apartado describe los principales hallazgos obtenidos en el análisis del usuario, el mercado y la propuesta de valor, los cuales orientan la construcción del prototipo y permiten validar la pertinencia de la solución.

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El usuario principal es Beatriz, una emprendedora local de antioquía de 65 años dedicada a la venta de artesanías y helados artesanales, reconocida por su espíritu soñador, su motivación por compartir su arte y su compromiso con la comunidad. Sin embargo, enfrenta retos importantes como la dependencia del turismo estacional, la falta de canales de venta diversificados y el acceso limitado a herramientas digitales. El flujo irregular de turistas genera ingresos inestables que dificultan la planificación y el crecimiento del negocio; existe interés de los visitantes por experiencias más participativas y auténticas, aunque la oferta actual no siempre responde a esa expectativa; la comunidad percibe que la escasa promoción y la limitada variedad de actividades reducen la permanencia de los turistas, y finalmente, Beatriz vincula su emprendimiento con un legado familiar y cultural, por lo que busca soluciones que preserven la identidad local mientras fortalecen su rentabilidad y estabilidad económica.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El turismo cultural y vivencial en el Perú ha mostrado crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por visitantes nacionales que buscan experiencias auténticas en lugares cercanos a Lima. Antioquía, con su atractivo visual y riqueza cultural, tiene un potencial significativo para captar este segmento, especialmente si se diversifica su oferta y se conecta con circuitos turísticos más amplios. Su competencia directa son otros negocios familiares del distrito y, de forma indirecta, destinos rurales más desarrollados. Como barreras de entrada se identifican la limitada infraestructura turística, la baja inversión en promoción digital y la dependencia del turismo estacional. El mercado objetivo está compuesto por turistas nacionales, jóvenes y adultos, e instituciones educativas interesadas en experiencias vivenciales. El alcance esperado es aumentar la

permanencia de visitantes durante todo el año y diversificar las oportunidades económicas para la comunidad.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Concepto:

Casita de Encuentros es un espacio cultural y experiencial que conecta visitantes con la tradición artesanal y creativa de Antioquía, guiada por Beatriz. Combina talleres participativos, exploración libre con murales fotográficos y actividades comunitarias para fortalecer el vínculo entre cultura local y turismo sostenible.

Propuesta de Valor:

Ayudamos a artesanas como Beatriz a visibilizar su trabajo y conectar con nuevos públicos mediante experiencias educativas y participativas que combinan tradición, diseño, turismo consciente y medios audiovisuales, en alianza con actores locales, para que su arte sea valorado, comprado y transmitido con orgullo.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El diseño de la Casita de Encuentros se plantea como un espacio integral que combina cultura, arte y convivencia, ofreciendo al visitante experiencias presenciales complementadas con recursos audiovisuales y digitales para ampliar la visibilidad del emprendimiento. Sus componentes principales son:

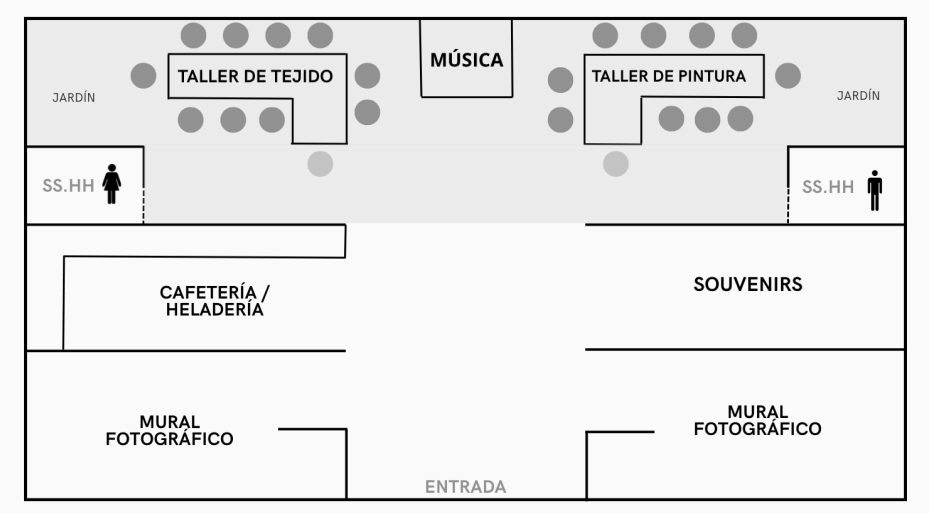
- Mural fotográfico sobre la historia de Beatriz: Instalación visual que narra la trayectoria de Beatriz y su rol como guardiana de la tradición artesanal de Antioquía. Este espacio busca ser punto de encuentro y memoria cultural, además de un atractivo fotográfico para visitantes.
- Zona de cafetería y heladería: Un ambiente de descanso y degustación de productos locales, donde se hallarán los helados artesanales que brinda Beatriz.

- Souvenirs y tienda de artesanías: Espacio destinado a la venta de piezas elaboradas por Beatriz, con productos como tejidos, accesorios y manualidades, contribuyendo a ingresos sostenibles y al reconocimiento del valor cultural del trabajo artesanal.
- Taller de tejido: Actividad participativa donde los visitantes aprenden técnicas tradicionales de tejido, bajo la guía de Beatriz.
- Taller de pintura: Espacio creativo para la exploración artística inspirado en los murales característicos de Antioquía. Permite al visitante conectar con la identidad visual del distrito mediante prácticas sencillas de pintura y color.
- Stand de música para eventos: Área destinada a presentaciones artísticas y actividades culturales en vivo, promoviendo la participación de músicos locales y brindando un ambiente festivo que complemente la experiencia del visitante.
- Dimensión audiovisual y digital: Creación de cápsulas audiovisuales, registros de las experiencias y contenido para redes sociales que visibilizan el trabajo de Beatriz más allá del distrito. Esto incluye material promocional para atraer visitantes, así como una página de Instagram y clips narrativos que transmiten la esencia de la Casita de Encuentros y su valor cultural.

En conjunto, estos componentes conforman un servicio que integra experiencia cultural, aprendizaje artesanal, consumo gastronómico y entretenimiento comunitario, asegurando un impacto positivo tanto en el visitante como en la sostenibilidad económica y cultural de Antioquía.

Figura 3

Croquis inicial de distribución de la "Casita de Encuentros" en Antioquía



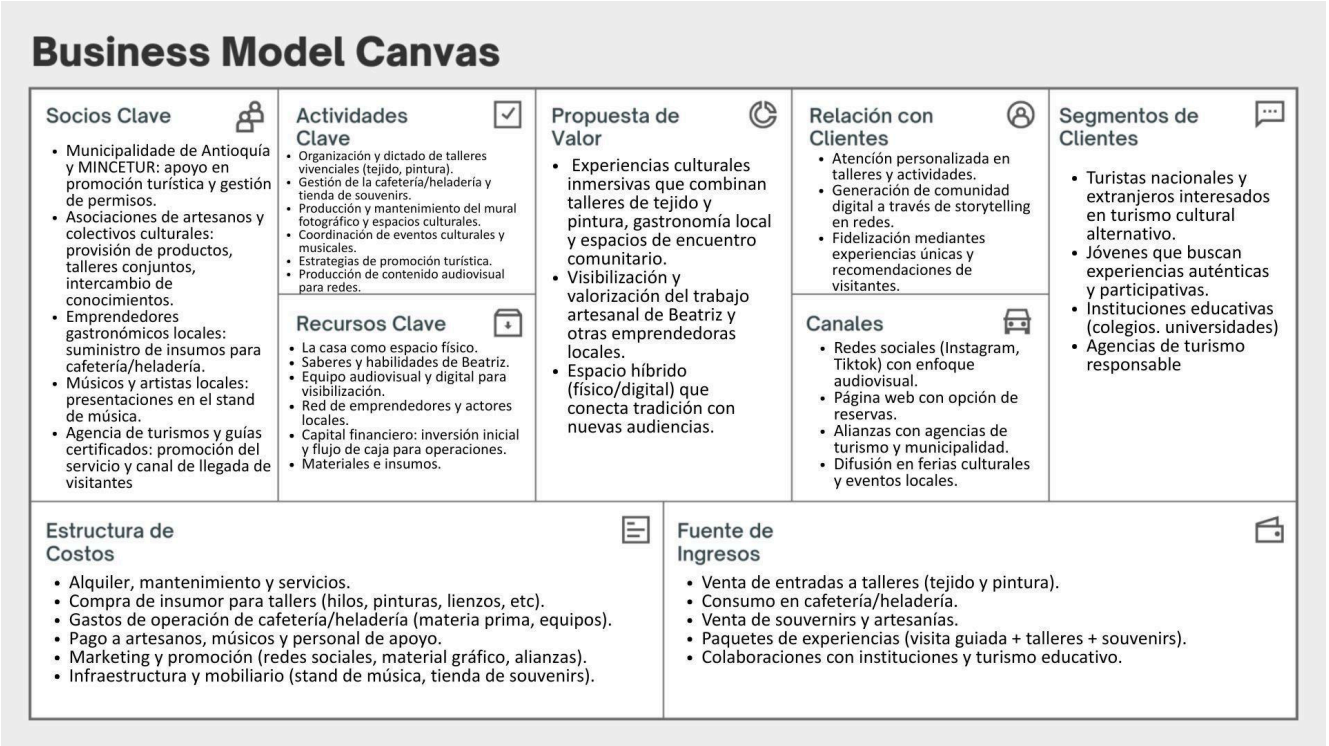
Nota. 1º idea del croquis de distribución. Elaboración propia.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de este proyecto está diseñado para generar valor sostenible, conectando la oferta artesanal con las necesidades del visitante, asegurando ingresos recurrentes y fomentando la visibilidad de la comunidad local.

Figura 4

Business Model Canvas



Nota. Elaboración propia.

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que la implementación de la Casita de Encuentros genere un incremento en la visibilidad y sostenibilidad de los emprendimientos locales de Antioquía. Entre los resultados esperados destacan:

- Mayor flujo de visitantes durante todo el año, reduciendo la dependencia del turismo estacional.
- Incremento en los ingresos de las emprendedoras locales a través de talleres, artesanías y experiencias culturales.
- Fortalecimiento del sentido de identidad y orgullo cultural en la comunidad.
- Ampliación de canales de difusión mediante redes sociales y alianzas con instituciones educativas y turísticas.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Se diseñaron prototipos de baja y alta fidelidad que permiten visualizar la experiencia de la Casita de Encuentros antes de su implementación:

- Prototipo Audiovisual: Se elaboró un video de presentación que muestra los espacios que conformarán la Casita de Encuentros, simulando la experiencia del recorrido de un visitante.

Figura 5

Captura del video de presentación de Casita de Encuentros



Nota. Elaboración propia.

El video permitió transmitir la atmósfera cultural y artesanal que se busca generar, validando el interés de los usuarios en vivir una experiencia auténtica y participativa.

- Prototipo digital (Instagram): Se creará un perfil donde se compartirán publicaciones sobre los talleres participativos propuestos, la breve historia de Beatriz y su rol como artesana, también avances del proyecto y muestras de artesanías.

Figura 6

Mockups de la página de Instagram de Casita de Encuentros



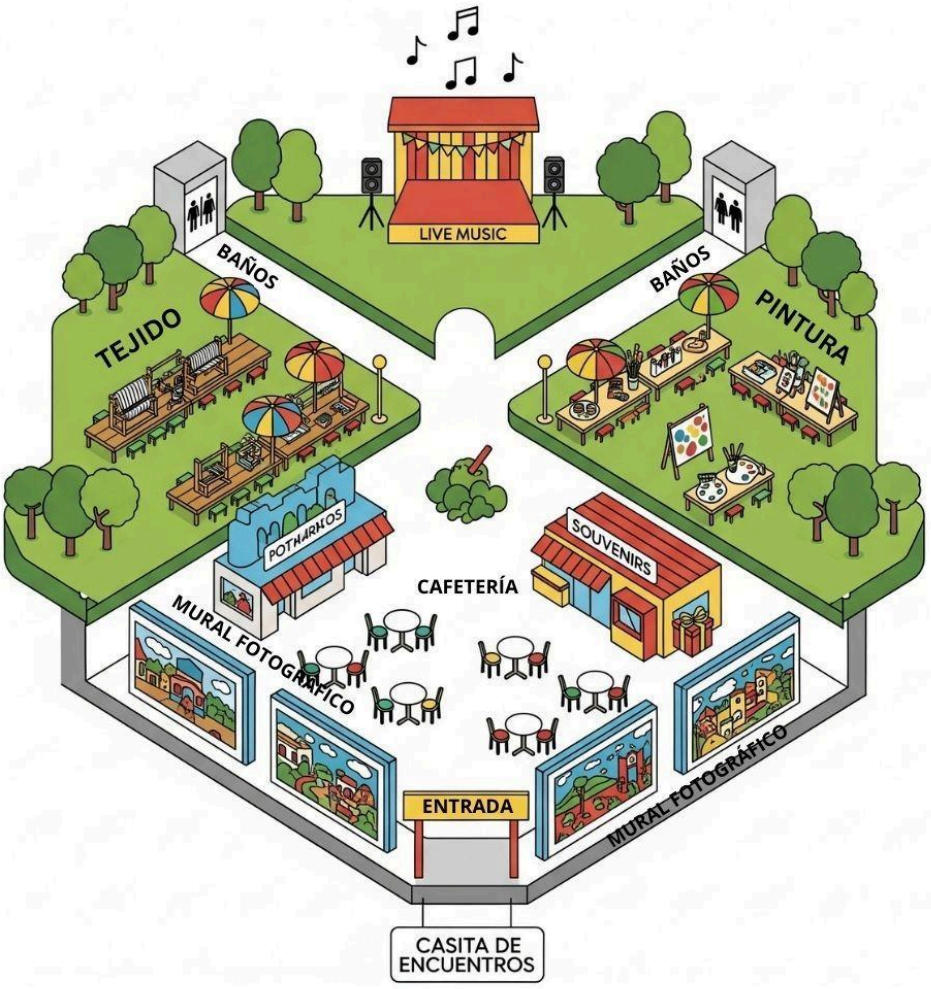
Nota. La imagen muestra cómo se vería el feed de la cuenta de Instagram de Casita de Encuentros. Elaboración propia.

El perfil funcionaría como canal de visibilidad y validación digital, ya que generaría interacciones con potenciales visitantes.

- Prototipo gráfico (croquis): Se desarrolló un croquis a modo de plano preliminar que muestra la distribución de los ambientes de la Casita de Encuentros.

Figura 7

Croquis conceptual de distribución de la Casita de Encuentros en Antioquía - Idea final



Nota. Elaboración propia con apoyo de inteligencia artificial Gemini, 2025.

2.5.8 Experimentos

Se realizó un piloto exploratorio con una muestra de 22 personas a través de una encuesta por Google Forms. Las preguntas estuvieron orientadas a identificar el interés en los talleres, la disposición del pago y la experiencia deseada. Los principales hallazgos fueron:

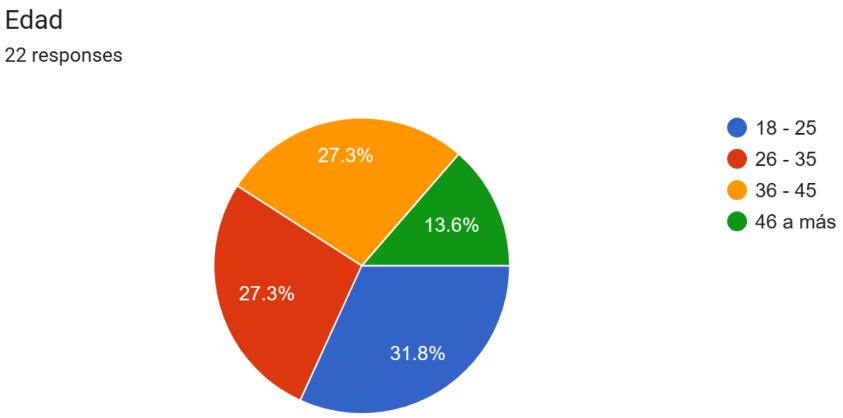
El formulario incluyó preguntas cerradas y abiertas, lo que permitió obtener datos cuantitativos (gráficos y porcentajes) y cualitativos (comentarios y sugerencias).

Datos Generales de los encuestados

- Se obtuvieron 22 respuestas. La mayoría de los encuestados se encuentra entre los 18 y 45 años, concentrándose principalmente entre 26 y 45 años.

Figura 8

Distribución de edades de los encuestados



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

Esto indica que el público objetivo es joven-adulto, con un perfil económicamente activo y con disposición de gasto en actividades recreativas.

- Se preguntó por su distrito o ciudad de residencia.

Figura 9

Distrito o ciudad de residencia de los encuestados



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

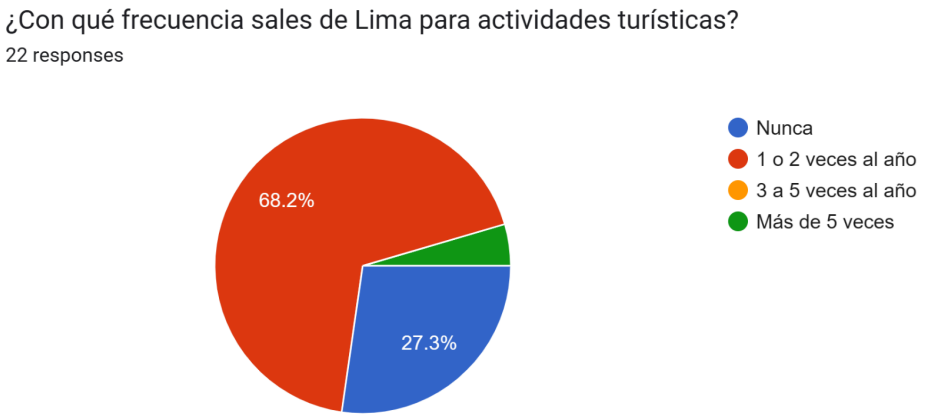
Los encuestados provienen mayormente de Lima Metropolitana y Callao, con concentración en distritos como San Martín de Porres, Los Olivos, Callao y Bellavista. Esto evidencia que el público objetivo está conformado principalmente por residentes de la capital, quienes buscan alternativas turísticas cercanas para salir de la rutina urbana.

Hábitos turísticos

- Se preguntó sobre la frecuencia que salen de Lima para actividades turísticas

Figura 10

Frecuencia con la que los encuestados salen de Lima para actividades turísticas



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

La mayoría viaja 1 a 2 veces al año, lo cual refuerza la necesidad de ofrecer una experiencia accesible y atractiva, ideal para escapadas de fin de semana.

- Se preguntó sobre las actividades que disfrutan más cuando viajan.

Figura 11

Actividades que disfrutan más los encuestados cuando viajan



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

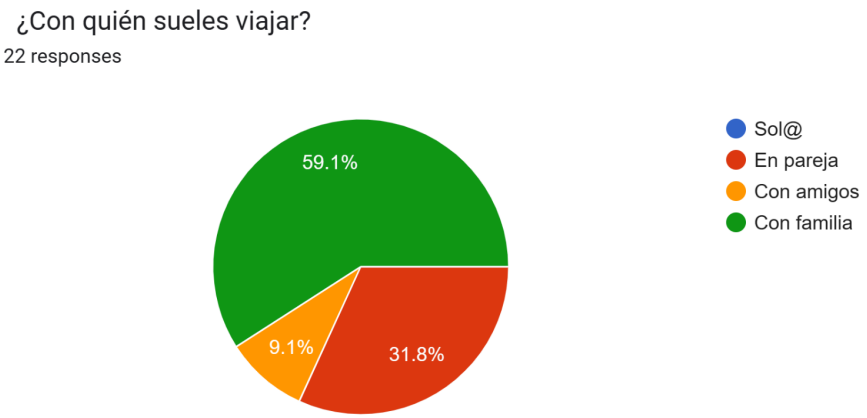
Análisis breve:

El interés predominante es el contacto con la naturaleza, seguido de las actividades culturales. Esto valida la propuesta de Antioquía como espacio natural y cultural.

- Se preguntó con quiénes suelen viajar.

Figura 12

Personas con quienes los encuestados suelen viajar



Nota.

Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

Predomina el viaje en familia y en pareja, lo cual sugiere diseñar actividades seguras, familiares y con opciones de experiencias compartidas.

- Se preguntó sobre cuánto tiempo promedio se quedan en destinos rurales o pueblos turísticos

Figura 13

Tiempo promedio de permanencia de los encuestados



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

Refleja que el público objetivo prioriza escapadas cortas de fin de semana, lo que respalda la propuesta de la Casita de Encuentros como un espacio de experiencias de corta duración.

Experiencia esperada en la Casita de Encuentros

- Se preguntó sobre si existiera en Antioquía una Casita de Encuentros con talleres, venta de artesanías, heladería y música en vivo, ¿si les interesa visitarla?

Figura 14

Interés de los encuestados en visitar la Casita de Encuentros en Antioquía



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

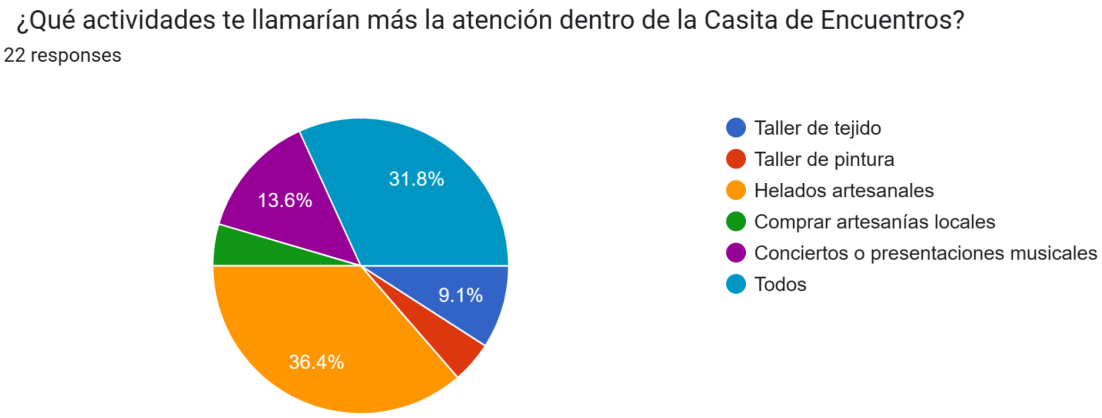
Análisis breve:

El 72,7% mostró interés positivo en visitar la Casita, lo que valida fuertemente la viabilidad del proyecto.

- Se preguntó sobre qué actividades les llamarían más la atención dentro de la Casita de Encuentros.

Figura 15

Actividades de la Casita de Encuentros que más llaman la atención a los encuestados



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

El público se inclina por experiencias gastronómicas y culturales. El hecho de que un 31.8% haya elegido "todos" muestra interés en una propuesta integral.

Disposición de pago

- Se preguntó sobre cuánto estarían dispuestos a pagar como entrada general que incluya acceso y un taller.

Figura 16

Disposición de pago de los encuestados por la entrada general a la Casita de Encuentros



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

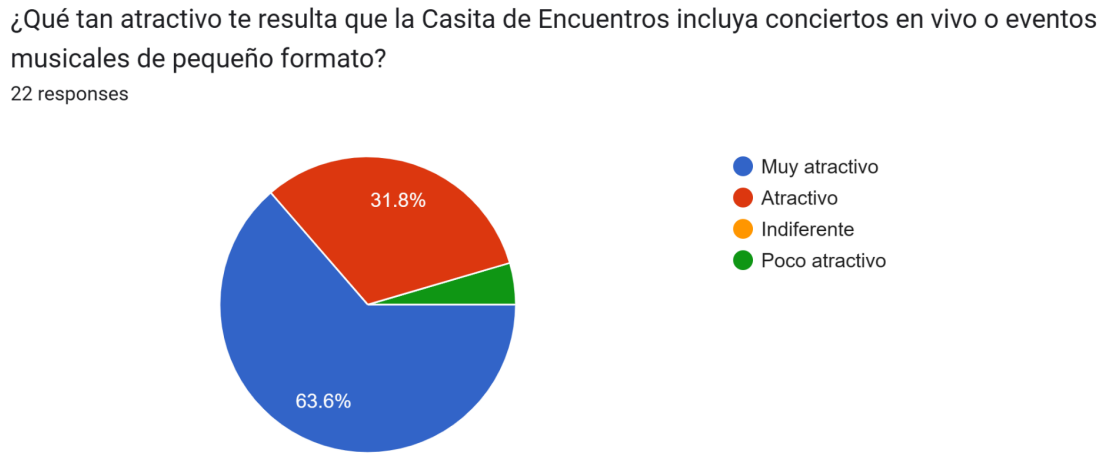
Análisis breve:

El precio ideal se encuentra entre S/15.00 y S/20.00, accesible para el público objetivo y sostenible para los costos del proyecto.

- Se preguntó sobre qué tan atractivo les resulta incluir conciertos de pequeño formato.

Figura 17

Atracción hacia la Casita de Encuentros con conciertos en vivo o eventos musicales de pequeño formato



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

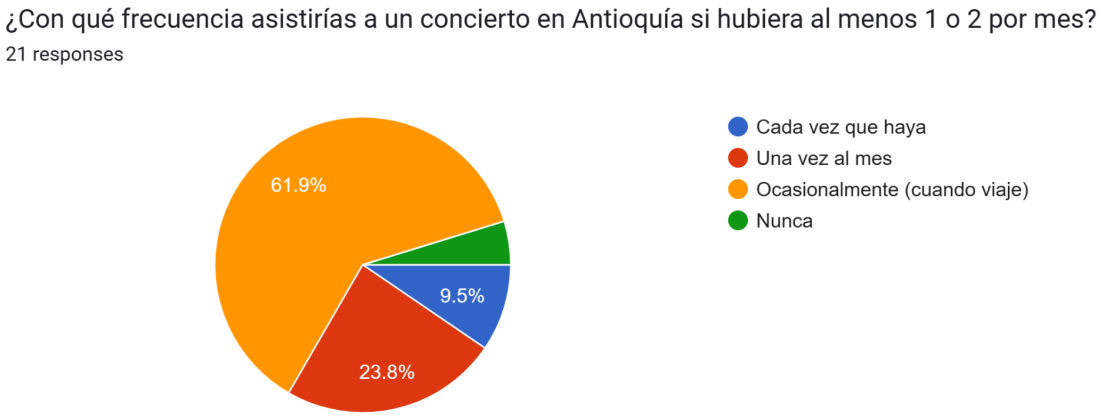
Análisis breve:

El 63.6% considera atractiva la música en vivo, validando su inclusión como valor agregado en la experiencia.

- Se preguntó sobre con qué frecuencia asistirán a un concierto en Antioquía (1 o 2 por mes)

Figura 18

Frecuencia de asistencia a conciertos en Antioquía con al menos 1-2 eventos por mes



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

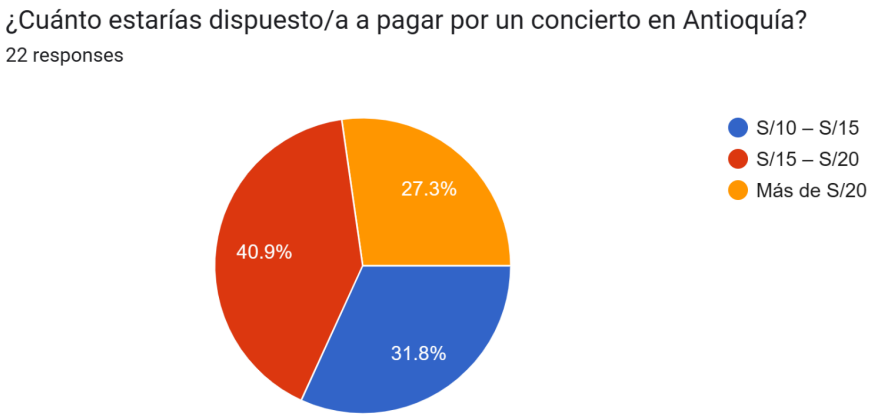
Análisis breve:

La mayoría asistía ocasionalmente, lo que sugiere que los conciertos funcionen mejor como eventos especiales de refuerzo turístico, más que como actividad mensual fija.

- Se preguntó cuánto pagarían por un concierto en Antioquía

Figura 19

Interés de los encuestados en visitar la Casita de Encuentros en Antioquía



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada en 2025.

Análisis breve:

Existe disposición de pagar entre **S/15 y S/20** por un concierto, lo que se alinea con el rango de la entrada general y confirma la viabilidad económica.

- **Se** preguntó qué mejorarían o agregarían a esta experiencia

Respuestas destacadas:

- ❖ "Sería genial una aplicación para mejorar la experiencia."
- ❖ "Lugar para acampar."
- ❖ "Platos típicos y más gastronomía."
- ❖ "Ferias."
- ❖ "Más difusión."

Análisis breve:

Las recomendaciones apuntan a la necesidad de mayor difusión digital, gastronomía local y actividades complementarias como camping o ferias, lo cual enriquece la propuesta original.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto Casita de Encuentros busca visibilizar y fortalecer el emprendimiento artesanal en Antioquía, distrito de Huarochirí, a través de un espacio cultural y experiencial que combina talleres, gastronomía, música y recursos audiovisuales para atraer visitantes y generar ingresos más sostenibles.

La propuesta responde a la problemática de la dependencia del turismo estacional y la escasa visibilidad de emprendedoras locales, como Beatriz, quienes enfrentan ingresos inestables y limitaciones tecnológicas. En este contexto, se plantea un servicio híbrido (físico y digital) que articula actividades participativas y difusión en redes sociales para ampliar el alcance del turismo comunitario.

El proyecto se alinea con el ODS 10: Reducción de las desigualdades, al promover una distribución más equitativa de beneficios económicos y culturales. Entre los resultados esperados destacan: un mayor flujo de visitantes durante todo el año, incremento en los ingresos de las artesanas, fortalecimiento del sentido de identidad cultural y mayor promoción mediante medios digitales.

Para validar la propuesta se elaboraron prototipos de baja y alta fidelidad, incluyendo un croquis de la Casita, un video piloto y un perfil de Instagram. Los experimentos realizados reflejaron un alto interés de los potenciales usuarios en participar en talleres y consumir productos locales, confirmando la viabilidad de la iniciativa.

En conclusión, la Casita de Encuentros representa una estrategia innovadora que integra tradición, arte y comunicación audiovisual para potenciar la sostenibilidad económica y cultural de Antioquia, ofreciendo una experiencia auténtica tanto a visitantes como a la comunidad local.

III. Estimación de costos

Presupuesto

El presente presupuesto corresponde a la implementación piloto del proyecto *Casita de Encuentros – Antioquía*, considerando los principales rubros necesarios para su puesta en marcha. Se incluyen gastos de decorado y ambientación del espacio, adquisición de materiales para talleres artísticos, elaboración de un prototipo básico de mobiliario y escenario, así como los costos de difusión digital y promoción, transporte y un apartado para imprevistos.

El objetivo de este presupuesto es proyectar los recursos mínimos necesarios para validar la propuesta en una primera etapa de funcionamiento, priorizando precios accesibles y optimizados, dado que se trata de un proyecto universitario autogestionado por estudiantes.

A continuación, se presenta el desglose detallado:

Tabla 1

Anexo 1: Presupuesto en Excel.

Presupuesto estimado piloto "Casita de Encuentros - Antioquia"				
Categoría	**Detalle**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Subtotal**
Decorado y ambientación				**S/.2,370.00**
Pintura mural y materiales	Acrílicos, brochas, rodillos	5 m²	S/ 50	S/.250.00
Plantas y macetas	Para ambientación	10	S/ 40	S/.400.00

Iluminación decorativa	Luces LED	5	S/ 60	S/.300.00
Accesorios decorativos	Cojines, manteles, estantes pequeños	-	-	S/.300.00
Mobiliario talleres	Mesas + 10–15 sillas cada taller (2 talleres)	2 sets	S/ 150 por set	S/.300.00
Estradito y asientos	Para música y mini concierto (30 personas)	1 estradito + 30 sillas	S/ 15 por silla + S/120 estradito	S/.570.00
Radio / equipo de música	Para ambientación sonora	1	S/ 250	S/.250.00
Material de talleres				**S/.585.00**
Pintura acrílica	Diferentes colores	10	S/ 15	S/.150.00
Pinceles	Diferentes tamaños	15	S/ 5	S/.75.00
Hilos y lanas	Para tejido	10 paquetes	S/ 20	S/.200.00
Papel y cartulina	Para manualidades	20 hojas	S/ 3	S/.60.00
Pegamento, tijeras, accesorios	-	-	-	S/.100.00
Prototipo				**S/.270.00**
Mesas y sillas para talleres (prueba)	Para disposición	2 mesas y sillas	S/ 150	S/.150.00
Estradito para música (prueba)	Mini escenario	1	S/ 120	S/.120.00

Difusion digital				**S/.450.00**
Diseño de posts	Para redes sociales	5 piezas	S/ 50	S/.250.00
Grabación de historias	Para Instagram / TikTok	videos	S/ 100	S/.100.00
Afiches para repartir	20 unidades	S/ 5	S/ 100	S/.100.00
Transporte				**S/.160.00**
Pasajes ida y vuelta	2 personas	2 viajes	S/.20.00	S/.40.00
Transporte de materiales	Taxi o van	2 viaje	S/.300.00	S/.120.00
Otros				**S/.300.00**
Limpieza e imprevistos	Materiales de higiene, extras	-	-	S/.300.00
			TOTAL	**S/.4,135.00**

Tabla 1. Presupuesto estimado piloto de la “Casita de Encuentros – Antioquía”

IV. Conclusiones y recomendaciones

3.1 Conclusiones

El proyecto “Casita de Encuentros” representa una iniciativa innovadora que busca enfrentar la problemática de la baja visibilidad y la inestabilidad económica de los

emprendimientos artesanales en Antioquía, Huarochirí. A partir de la aplicación de metodologías de Design Thinking y Lean Startup, se diseñó una propuesta híbrida físico-digital que responde a las necesidades de las artesanas locales, con especial énfasis en mujeres como Beatriz, quienes representan el núcleo de la tradición cultural de la comunidad.

Los resultados de los experimentos y prototipos validaron el interés de los potenciales visitantes, quienes en su totalidad manifestaron disposición a participar en actividades culturales, talleres participativos y consumo gastronómico, lo que confirma la viabilidad del modelo planteado.

Asimismo, el proyecto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 10: Reducción de las desigualdades, al empoderar a mujeres emprendedoras, promover una distribución equitativa de beneficios económicos y fortalecer la identidad cultural local. En conjunto, la Casita de Encuentros constituye un espacio de preservación cultural, dinamización económica y cohesión social, contribuyendo a consolidar la sostenibilidad del turismo comunitario en Antioquía.

3.2 Recomendaciones

1. Ampliar la participación de emprendedoras locales en el modelo de la Casita de Encuentros, diversificando así la oferta cultural y artesanal del distrito.

2. Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, organizaciones culturales, entidades públicas y privadas que puedan brindar apoyo en capacitación, difusión y financiamiento.

3. Implementar un plan de marketing digital sostenido que potencie la presencia en redes sociales, catálogos virtuales y plataformas turísticas, con el fin de atraer visitantes nacionales e internacionales.

4. Diseñar e implementar un sistema de monitoreo y evaluación de impacto que permita medir resultados económicos, sociales y culturales, asegurando la mejora continua de la propuesta.

5. Incorporar servicios complementarios, como ferias gastronómicas, experiencias de camping y actividades temáticas, que promuevan la permanencia y el mayor gasto de los turistas en Antioquía.

6. Fortalecer la sostenibilidad ambiental mediante el uso de materiales responsables en los talleres y actividades, alineando la propuesta con prácticas de turismo consciente y responsable.

En síntesis, la consolidación de la Casita de Encuentros requiere de la articulación comunitaria, la innovación constante y el compromiso con la sostenibilidad, factores que garantizarán su permanencia y su impacto positivo en Antioquía.

V. Referencias Bibliográficas

GoRaymi. (s.f.). *La Esperanza Turismo Comunitario.* https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/colta/gestores-comunitarios/esperanza-turismo-comunitario-anrryc0y3

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (4 de diciembre de 2019). *Gobierno peruano relanza la marca Turismo Comunitario*.