ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Diseño con propósito: un estudio sobre cómo el diseño gráfico puede revalorizar el trabajo artesanal fortaleciendo su identidad cultural y ambiental

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

Cristina Valeria Cruz Gomez DNI: 74919675, Perú
Yamile Luciana Roldan Lopez DNI: 74829060, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

Hayashi Rafael Mateo Nuñez
Hector Santiago Guzmán Salinas
Jesús Manuel Chincha Llecllish

Lima, enero 2026

Agregar el informe de Turnitin (primera cara)

Informe - 0000020953 - 0000026381 - ROLDAN - CRUZ.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549240986

Fecha de entrega
25 ene 2026, 2:05 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 2:08 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe - 0000020953 - 0000026381 - ROLDAN - CRUZ.pdf

Tamaño del archivo
3.3 MB

60 páginas

12.294 palabras

71.785 caracteres

turnitin Página 1 de 69 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:549240986

Agregar el informe de Turnitin (segunda cara)

11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, quienes han sido nuestro sostén y motor desde el inicio de nuestra formación. Gracias por su paciencia, por cada palabra de aliento, por comprender nuestros tiempos y por acompañarnos aún en los momentos más exigentes de la carrera. También queremos dedicar este proyecto a todas las personas que creen en el poder del diseño como herramienta de cambio. A las mujeres jóvenes que, como nosotras, buscan abrirse camino en un mundo creativo que exige esfuerzo, sensibilidad y compromiso.

Y, finalmente, nos lo dedicamos a nosotras mismas: a la amistad que construimos desde el primer ciclo, al aprendizaje compartido, y a la fortaleza que descubrimos trabajando juntas. Este proyecto representa no solo un logro académico, sino un recordatorio de lo lejos que podemos llegar cuando unimos nuestras habilidades, nuestras ideas y nuestra pasión.

Agradecimiento

Agradecemos en primer lugar a nuestras familias, por su apoyo incondicional y por acompañarnos con paciencia y ánimo durante todo el proceso de este proyecto. Sin su respaldo, este trabajo no habría sido posible.

Expresamos también nuestro agradecimiento a nuestros docentes, quienes nos guiaron con sus conocimientos, recomendaciones y orientación académica. Sus aportes fueron fundamentales para fortalecer nuestra propuesta y para ampliar nuestra mirada sobre el rol del diseño en la sostenibilidad y la cultura.

Agradecemos igualmente a todas las personas que participaron en nuestras encuestas y entrevistas, brindando información valiosa que permitió validar y enriquecer esta investigación.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que creen en nuestro trabajo y en nuestro crecimiento profesional. Este proyecto representa no solo un resultado académico, sino también el esfuerzo, compromiso y aprendizaje que hemos construido juntas durante nuestra formación.

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..... 2
II. Descripción de la innovación..... 3
2.1 Planteamiento del Problema..... 3
2.2 Población beneficiaria..... 5
2.3 Objetivo(s) del proyecto..... 6
2.4 Marco referencial..... 7
2.5. Proceso creativo y experimentos..... 8
2.5.1 Información sobre el usuario..... 8
2.5.2 Información sobre el Mercado..... 10
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor..... 13
2.5.4 Diseño de producto/servicio..... 14
2.5.5 Modelo de Negocio..... 18
2.5.6 Resultados esperados..... 19
2.5.7 Prototipos desarrollados..... 19
2.5.8 Experimentos..... 21
2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación..... 27
III. Estimación de costos..... 29
3.1 Presupuesto..... 29
IV. Conclusiones y recomendaciones..... 37
4.1 Conclusiones..... 37
4.2 Recomendaciones..... 38
V. Referencias Bibliográficas..... 39
VI. Anexos..... 40
6.1 Informe de Turnitin..... 40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Justificación de un Precio Superior
Tabla 2 Uso del Sello por Artesanos/Emprendedores
Tabla 3 Utilidad del Sello en la Decisión de Compra
Tabla 4 Mayor Utilidad del Sello (Consumidor vs Productor)
Tabla 5 Emociones Generadas por el Sello
Tabla 6 Presupuesto

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas
Figura 2 Arquetipo de Usuario
Figura 3 Mapa de Empatía
Figura 4 ¿Cómo podríamos?
Figura 5 Ruta para conceptualizar
Figura 6 Canvas de Propuesta de Valor
Figura 7 Brainstorming
Figura 8 Matriz de diferenciación vs relevancia
Figura 9 Shortlist
Figura 10 Matriz de filtración
Figura 11 Scamper
Figura 12 Canvas de Modelo de Negocio
Figura 13 Foto realista del sello
Figura 14 Foto realista del sello en un producto
Figura 15 Experimentación Ágil
Figura 16 Tablero UX

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

“Diseño con propósito: un estudio sobre cómo el diseño gráfico puede revalorizar el trabajo artesanal fortaleciendo su identidad cultural y ambiental.”

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Diseño con propósito: un estudio sobre cómo el diseño gráfico puede revalorizar el trabajo artesanal fortaleciendo su identidad cultural y ambiental" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de Industrias manufactureras y busca resolver la falta de revalorización del trabajo artesanal, lo que debilita su identidad cultural y ambiental, teniendo como población beneficiaria a los artesanos textiles peruanos, a los consumidores jóvenes conscientes y a la sociedad en general, para reforzar el patrimonio cultural.

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 "El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible", un sello de certificación, garantía y valor, que certifica la autenticidad ancestral, respeto cultural y compromiso ambiental en un símbolo unificado, se trata de un símbolo gráfico de alto valor, legible y adaptable, que actúa también como una garantía continua de comercio justo y origen auténtico, eliminando la desconfianza del consumidor y permitiendo al artesano justificar precios justos.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja fidelidad (concepto funcional) y alta fidelidad (diseño gráfico, materializado en cuerina) para evaluar la credibilidad y el impacto del sello en la justificación de un precio superior, la intención de uso por parte de los

artesanos y la utilidad en la decisión de compra del consumidor. Los resultados de un formulario aplicado a consumidores potenciales indican que más del 76% acepta que el sello justifica un precio superior y más del 80% de los posibles artesanos lo usarían, confirmando que genera orgullo y curiosidad.

Se concluye que la solución propuesta se convierte en una herramienta estratégica para la revalorización del trabajo artesanal, fortaleciendo el patrimonio cultural y promoviendo prácticas éticas y sostenibles, cerrando la brecha entre el valor real y la apreciación del consumidor y se recomienda fortalecer la verificación del sello incorporando elementos de trazabilidad complementarios como códigos QR o números de registro, y ampliar la muestra de validación con más artesanos y consumidores.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En la actualidad, los procesos de globalización y la creciente exposición a contenidos extranjeros han modificado la manera en cómo las nuevas generaciones se relacionan con sus propias culturas. Asimismo, diversos estudios señalan que la difusión de referentes culturales globales, que es impulsada por los medios digitales y la publicidad internacional, tiende a desplazar o debilitar la visibilidad de tradiciones y prácticas locales, especialmente en contextos latinoamericanos, así como el peruano, donde las identidades culturales compiten constantemente con modelos culturales (Quintana Bernal et al., 2024).

Es más, a esto se suma la escasa valorización de las expresiones culturales locales dentro de los espacios comerciales, donde su difusión suele verse desplazada por propuestas más estandarizadas y altamente comercializadas. En consecuencia, el alcance y el atractivo de estas manifestaciones culturales se reducen, especialmente entre públicos jóvenes, reforzando una desconexión progresiva con el patrimonio cultural propio. No obstante, el diseño gráfico se posiciona como una herramienta clave para enfrentar la pérdida de tradiciones y valores culturales; ya que lejos de limitarse a funciones estéticas, el diseño con propósito permite construir narrativas visuales que rescatan la historia, el origen y el significado de los productos y prácticas culturales.

Sin embargo, diversos autores han señalado que la disminución en la transmisión cultural ha tenido repercusiones directas en las nuevas generaciones, afectando la calidad simbólica y el reconocimiento de estas expresiones. Por ejemplo nos menciona Tsuchiya (2020) que esta deficiencia en la transmisión y difusión de la herencia cultural provoca que

las nuevas generaciones se encuentren cada vez más lejos de sus tradiciones, costumbres y valores que influyen significativamente en el comportamiento y actitudes que les darán pertenencia y orgullo sobre su identidad. En consecuencia, se corre el gran riesgo de que nuestra juventud pierda la conexión con su pasado, y sobre todo, que no puedan conocer sus raíces, la historia de su identidad cultural. Mientras que por otro lado, Unesco (2022) afirma que el consumo de contenido cultural en entornos digitales ha aumentado significativamente, pero este interés suele limitarse a una apreciación superficial de las historias y tradiciones que representan. Asimismo, los artistas y creadores no siempre reciben una compensación económica justa ni proporcional por la difusión y visualización de sus obras.

Por eso mismo, la falta de reconocimiento y la mala difusión del trabajo artesanal ha generado una pérdida gradual de nuestras tradiciones, costumbres e historia, generando un débil vínculo de la identidad cultural en las nuevas generaciones. Así que, el diseño gráfico no solo cumple con un rol comunicacional, sino también ocupa el papel transformador en la construcción de una identidad, e impulsa un sentido de pertenencia en los consumidores, evitando la pérdida de raíces culturales.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

El Perú ha sido reconocido a nivel internacional por la riqueza de sus tradiciones textiles y artesanales, las cuales representan una parte fundamental de su identidad cultural, este reconocimiento se evidencia en la participación de artesanas peruanas en espacios internacionales de gran relevancia, como la feria ITB Berlín 2025, donde se exhibieron técnicas textiles tradicionales ante públicos de distintos países, destacando el valor cultural, histórico y simbólico de la artesanía peruana (PromPerú, 2025). Sin embargo, cada vez este legado se enfrenta al riesgo de ser invisibilizado, a perder su esencia en un gran mercado comercial el cual está dominado por una producción masiva y la moda rápida.

El creciente uso del diseño carente de propósito cultural en marcas que emplean referentes tradicionales ha generado cuestionamientos dentro de la industria creativa, especialmente en relación con la pérdida de significado y valor simbólico de estas expresiones. En este sentido, la UNESCO (2021) advierte que la apropiación superficial de manifestaciones culturales, motivada por dinámicas de mercado y producción estandarizada,

puede provocar la desvalorización de los saberes tradicionales y el debilitamiento de la identidad cultural. Por lo tanto, si bien algunos artesanos buscan innovar y adaptarse a nuevas dinámicas comerciales, persiste una brecha entre la intención de preservar la identidad cultural y las exigencias de un mercado global dominado por lógicas comerciales.

Este problema se debe a múltiples causas. Por un lado, la apropiación cultural se manifiesta cuando elementos gráficos y simbólicos de origen artesanal son reproducidos y comercializados sin el consentimiento, reconocimiento ni retribución económica a las comunidades creadoras, lo que debilita la protección de su patrimonio cultural (UNESCO, 2022). Por otro lado, la alta informalidad presente en el sector artesanal limita el registro, certificación y valorización de los productos, dificultando su inserción en mercados formales y afectando la percepción de valor por parte de los consumidores, quienes suelen mostrarse reticentes a pagar precios justos por estas piezas (OIT, 2023).

Tal como Espinoza (2024) nos explica que en la cultura de Lambayeque, los diseños dentro de sus textiles no son simples adornos o decorativos, cada tejido refleja la experiencia de los artesanos, asimismo adquiere un valor simbólico que potencia su trabajo. Además de que los creadores de estas piezas, mencionan que conectan con su imaginación ya que estos diseños se relacionan con sus tradiciones, es la unión entre sus experiencias y su cultura, considerando que no solo plasman su creatividad, sino que establecen un vínculo con su entorno natural.

Estas problemáticas ponen en evidencia la distancia existente entre lo que los artesanos aspiran a lograr y las condiciones reales en las que desarrollan su trabajo. Ya que, mientras que su objetivo es vivir de su arte, producir piezas auténticas y preservar su identidad cultural, la realidad del mercado muestra que estas labores no siempre reciben una retribución justa, por lo que estos impactan directamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible que encontramos en nuestra investigación.

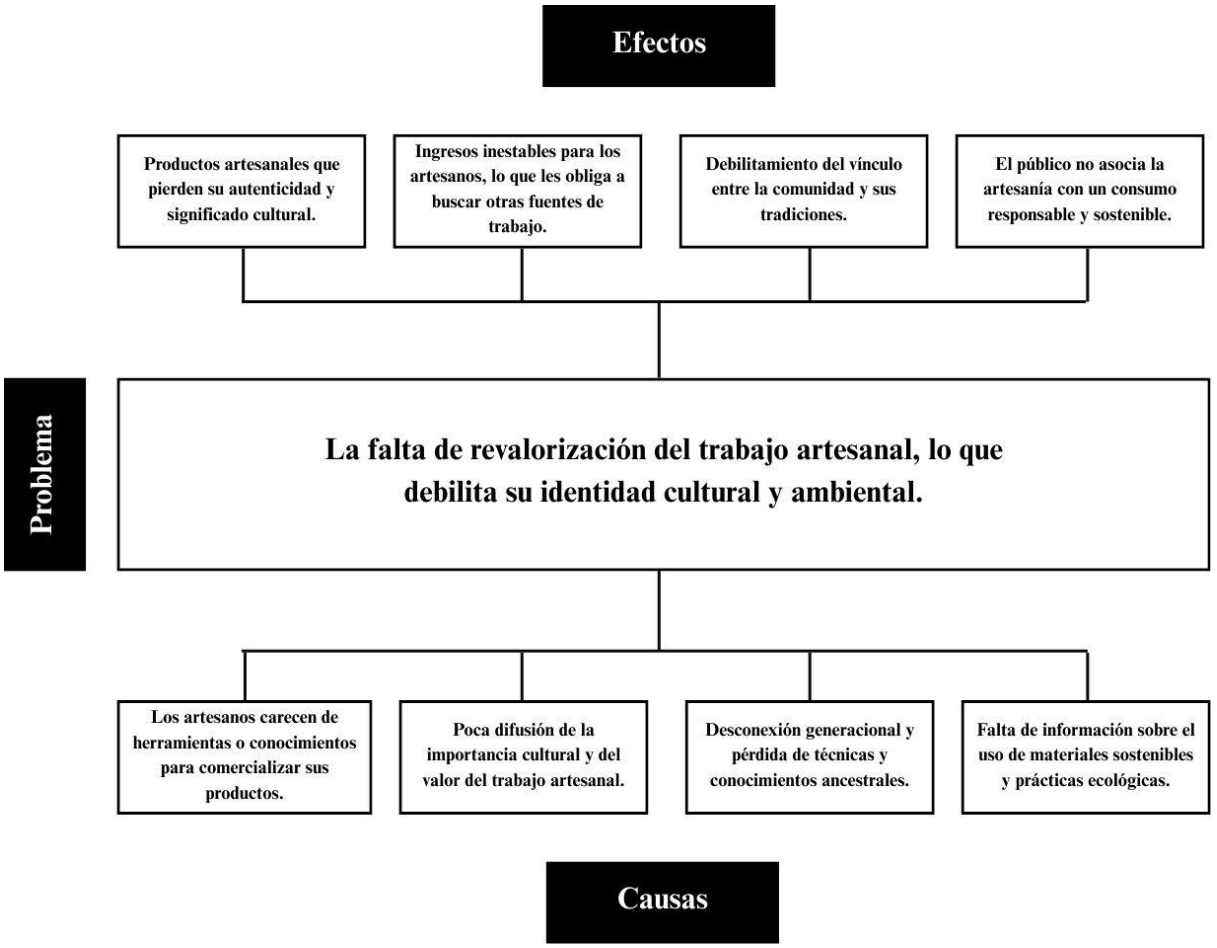
La informalidad en la ODS número 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) se presenta al negar condiciones justas la producción insostenible y la apropiación van en contra del ODS 12 (Producción y consumo responsables) y la necesidad de superar estas barreras llama a fortalecer el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos), buscando colaboraciones

que formalicen, protejan y valoren equitativamente la riqueza cultural y ambiental de estos emprendimientos.

A partir de esta problemática, se elaboró una ficha metodológica, la cual permitió identificar y organizar las principales causas y efectos vinculados a la falta de revalorización del trabajo artesanal. Esta herramienta facilitó una comprensión integral del problema central, evidenciando cómo factores sociales, culturales y comunicacionales influyen directamente en el debilitamiento de la identidad cultural y ambiental, y sirvió como base para la formulación de la propuesta planteada.

Figura 1

Árbol de problemas



2.2 Población beneficiaria

En el proceso de investigación intervienen diversos actores los cuales tienen distintos niveles de relevancia en relación con nuestro tema analizado, quienes se organizan dentro de una jerarquía que puede generar cambios significativos. Asimismo, se identifican aquellos actores que resultan directamente afectados debido al rol que desempeñan, por ello se resalta a los principales beneficiarios quienes son los artesanos peruanos, ya que son quienes podrían tener una mayor visibilidad logrando que tengan mejores condiciones de valoración en su trabajo. Por ello, buscamos comprender el modo en que estas interacciones impactan en la cultura material de las comunidades implica, como señala Florian (2025), ir más allá del análisis de los productos finales, su valor estético o los métodos utilizados; es necesario también considerar a las personas implicadas, los papeles que desempeñan, sus motivaciones y los significados que otorgan a dichas dinámicas. Además, los consumidores jóvenes constituyen otra población clave, ya que la propuesta también busca generar en aquellos peruanos un sentido de pertenencia y orgullo hacia su identidad cultural logrando mejorar un consumo más responsable y sostenible. Es más, Venturo, Espinoza y Rodriguez (2024) afirman que es probable que la falta de valoración y conocimiento tenga su origen en la etapa escolar y se prolongue hasta la adultez, lo que se refleja en las actitudes de distintos profesionales, ciudadanos, autoridades y medios de comunicación, quienes suelen restar importancia a los bienes patrimoniales que no son considerados relevantes o ampliamente reconocidos.

Por otro lado, viendo a nivel colectivo o más general, otro beneficiario sería nuestra sociedad, pues se va a reforzar nuestro patrimonio y compromiso a nuestro país. Pues el patrimonio cultural constituye un elemento esencial dentro de cualquier comunidad, pues representa el legado histórico que refleja la cultura de generaciones anteriores y que posee un profundo valor y significado. Este puede manifestarse en formas materiales o inmateriales, cargadas de historia, que han sido heredadas con el propósito de ser preservadas y transmitidas a las futuras generaciones.(Chavez y Madrid, 2024).

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivos generales:

- Revalorizar el trabajo artesanal peruano.

Porque ayuda a reconocer y difundir el valor de las técnicas artesanales y permite visibilizar el esfuerzo de los artesanos, contribuyendo a que su labor sea más apreciada y respetada en el mercado actual.

- Fortalecer la identidad cultural y ambiental.

  Esto busca consolidar la relación entre el compromiso con la sostenibilidad, y el patrimonio cultural promoviendo prácticas que conectan la tradición con la preservación del entorno.

- Generar un vínculo de pertenencia en jóvenes.

  Se pretende que las nuevas generaciones se identifiquen con su herencia cultural, fomentando orgullo y sentido de comunidad a través del consumo responsable y consciente.

- Proponer un modelo de colaboración ética.

  Porque es necesario establecer formas de trabajo conjunto entre artesanos, diseñadores y consumidores que garanticen el respeto, la transparencia y el beneficio mutuo.

Objetivos específicos:

- Investigar el significado cultural que tienen estas piezas.

Para comprender los símbolos y mensajes que transmiten los diseños artesanales, vinculando su valor histórico con la actualidad.

- Evaluar la percepción del consumidor en sus decisiones de compra.

Con el fin de identificar qué tan influyentes son los aspectos culturales y ambientales al momento de elegir un producto, especialmente entre consumidores jóvenes.

2.4 Marco referencial

El diseño, más allá de ser una herramienta artística o decorativa, cumple un papel fundamental y esencial en la forma en que las marcas transmiten significados, construyen identidad y se relacionan con su entorno cultural. Asimismo, una decisión de diseño puede convertirse en un puente que conecta a las personas con sus raíces y tradiciones, pero también, si no se gestiona adecuadamente, puede generar tensiones y consecuencias negativas para la imagen de una marca.

Como señala Fasson (2023), un caso relevante tuvo lugar en el Perú en 2018, cuando la marca Kuna, dedicada a la producción de prendas las cuales se basan en el uso de fibras de alpaca y vicuña, lanzó un conjunto exclusivo denominado *"Armonía Shipibo"*. La idea

principal es que estaba inspirada en los diseños de dicha comunidad, la cual terminó creando una fuerte ola de crítica, asimismo por presión del público Kuna se obligó a retirar la colección del mercado. Por ejemplo, este caso refleja cómo el diseño no es un recurso neutral, sino un elemento con gran impacto cultural, social y económico.

Dado que además de comunicar visualmente, también construye significados que pueden generar aceptación o rechazo dentro de la sociedad. En esa línea, resulta necesario reconocer cómo el ejercicio del diseño gráfico participa en la consolidación de ideas y en la creación de mensajes que trascienden lo meramente estético, influyendo directamente en la manera en que los productos y las marcas son percibidos.

Los diseñadores gráficos desempeñan un rol fundamental en la transformación de ideas en mensajes visuales de gran alcance. Es más, su trabajo ha demostrado un impacto histórico, visible en estrategias de comunicación visual que marcaron tendencias en el consumo masivo, así como en productos editoriales que lograron redefinir su posicionamiento en el mercado internacional (Lezama, 2020)

En este contexto, diversos estudios recientes destacan que el diseño gráfico contemporáneo ha dejado de ser un intermediario visual para convertirse en un agente activo dentro de los procesos culturales y sociales. Según García y Pineda (2023), el diseño cumple una función mediadora entre el patrimonio cultural y los mercados actuales, ya que traduce valores simbólicos, identitarios y éticos en lenguajes visuales comprensibles para públicos globales. Sin embargo, los autores advierten que cuando esta mediación se realiza sin una investigación previa ni un vínculo real con las comunidades de origen, el diseño puede contribuir a la descontextualización cultural y a prácticas poco éticas, como la apropiación simbólica o la banalización de tradiciones. De este modo, se refuerza la necesidad de un diseño con propósito, basado en la investigación, la transparencia y el respeto cultural, capaz de generar valor tanto para los creadores como para los consumidores, y de fortalecer una relación más justa entre identidad, producción y mercado.

2.5. Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario

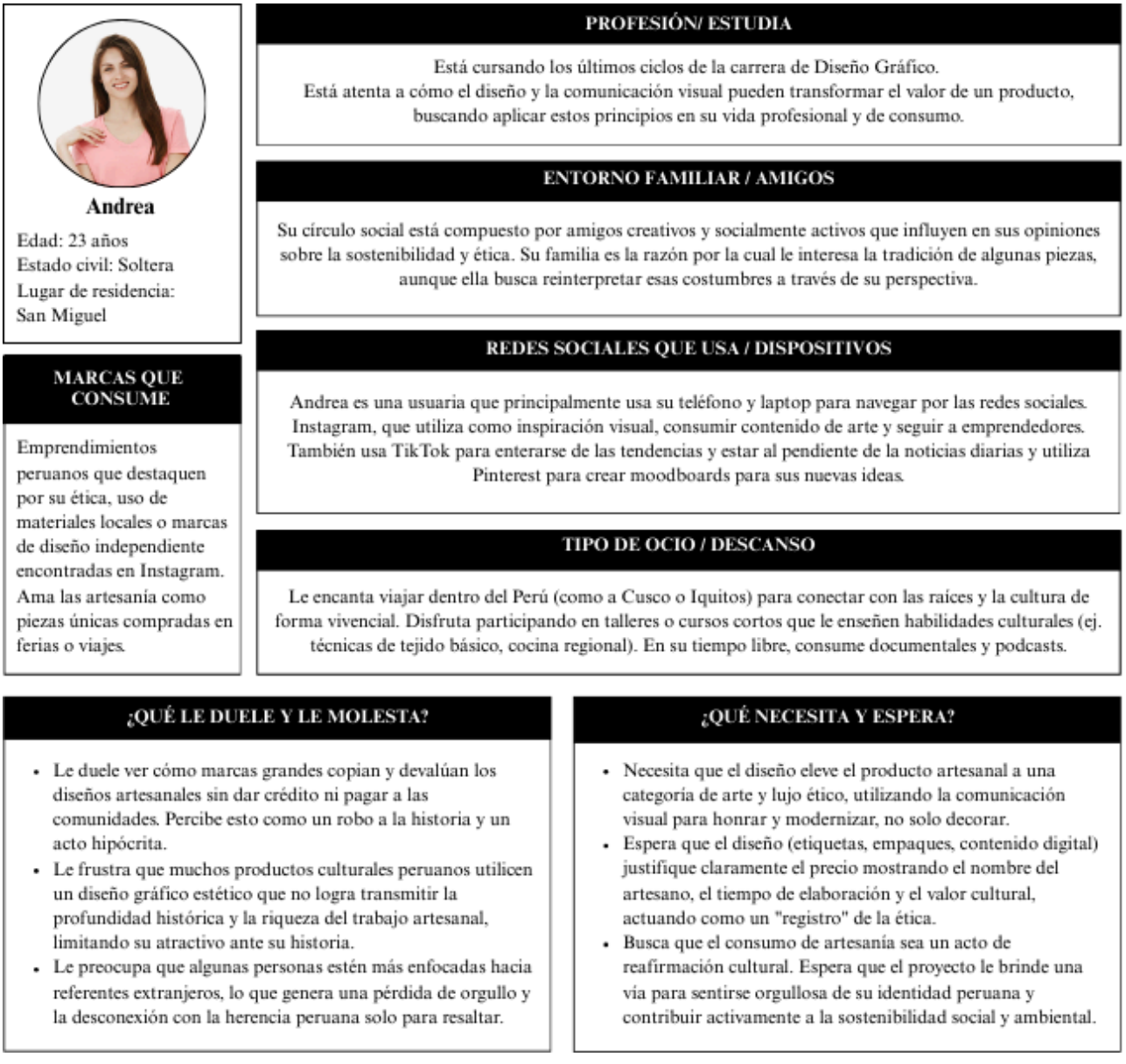
Se ha desarrollado un Arquetipo de Usuario que permitió identificar hallazgos cruciales sobre el consumidor consciente. La principal conclusión es una profunda frustración ante la desvalorización, la copia de diseños y la falta de transparencia en la cadena de

producción artesanal. Como resultado, se encontró una alta aspiración por marcas que ofrezcan un claro compromiso ético, productos con propósito y diseños que reafirmen el orgullo y la identidad cultural peruana, buscando así un consumo ético y responsable.

A partir de este análisis se construyó el arquetipo de Andrea, una joven adulta interesada en el diseño, el consumo responsable y la revalorización de la cultura peruana. Este perfil representa a consumidores que valoran la autenticidad, la transparencia y el respeto por el origen cultural de los productos, y que consideran factores como la ética de las marcas al momento de decidir una compra. Asimismo, se trata de personas activas en entornos digitales, influenciadas por contenidos visuales y narrativas culturales, que buscan conectar sus decisiones de consumo con un sentido de identidad, pertenencia y responsabilidad social.

Figura 2

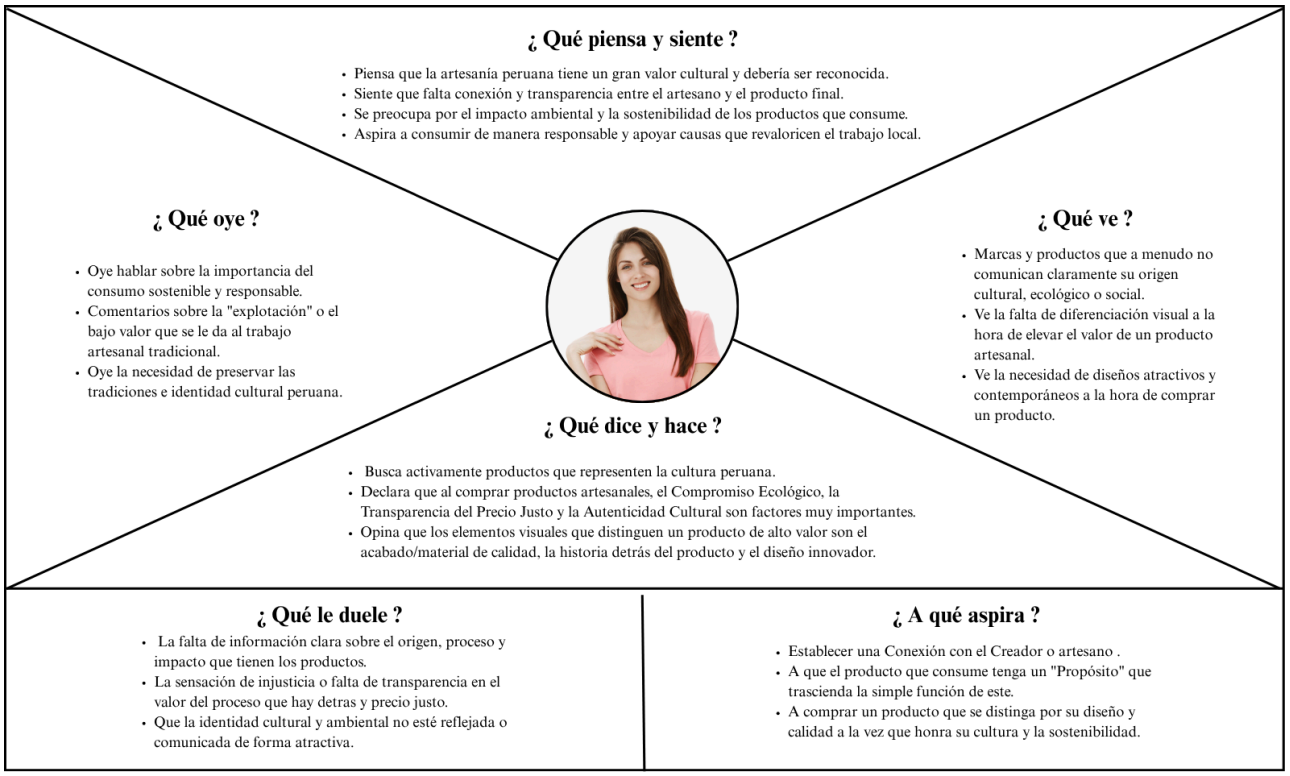
Arquetipo de Usuario



Con el objetivo de conocer de manera más profunda al usuario, se desarrolló una ficha de mapa de empatía, herramienta que permitió analizar su relación con el consumo de productos artesanales desde distintas dimensiones. A partir de esta ficha se identificó qué piensa y siente el usuario respecto al valor cultural de la artesanía peruana y la necesidad de que esta sea reconocida y respetada; qué ve en el mercado actual, donde predominan marcas que no siempre comunican el origen cultural ni el valor del trabajo artesanal; y qué escucha en su entorno social y mediático sobre el consumo responsable, la sostenibilidad y la preservación de tradiciones. Asimismo, se analizó qué dice y hace, evidenciando su interés por adquirir productos con identidad cultural y procesos éticos, así como qué le duele, especialmente la falta de información, transparencia y valoración del trabajo artesanal. Finalmente, se reconocieron sus aspiraciones, centradas en establecer una conexión más directa con el artesano, consumir de forma consciente y elegir productos que representen la cultura peruana de manera auténtica y sostenible. Esta herramienta fue clave para orientar la propuesta del sello desde una perspectiva centrada en el usuario.

Figura 3

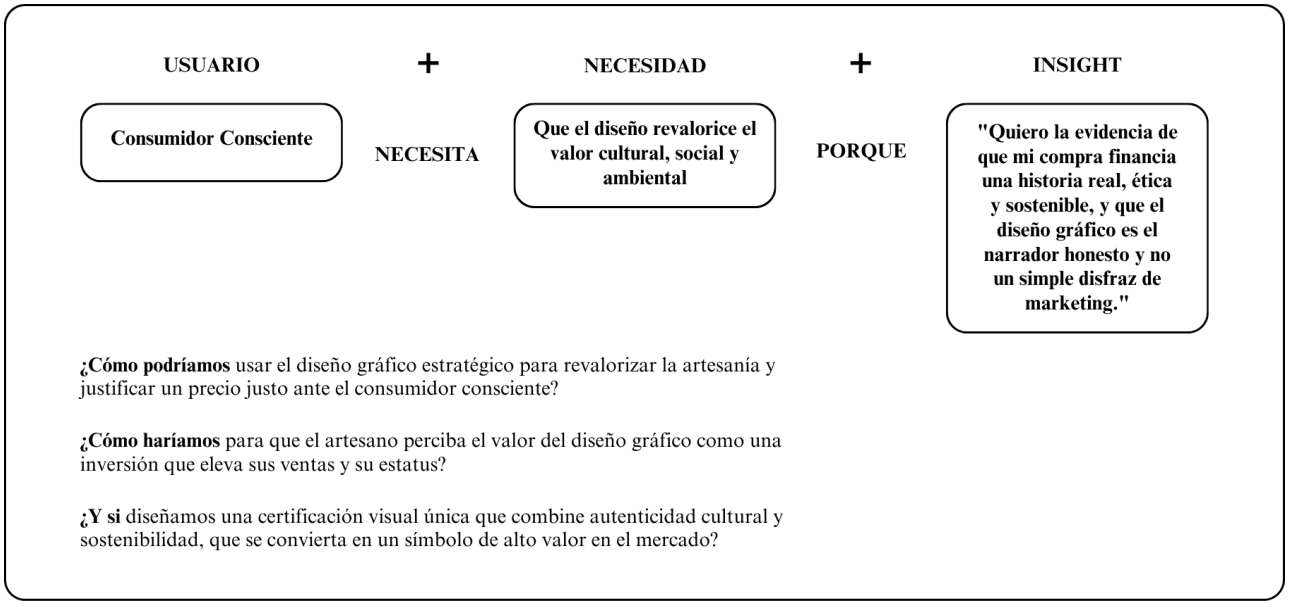
Mapa de Empatía



A partir del análisis del usuario y sus motivaciones, se desarrolló una ficha que permitió sintetizar de manera estratégica la relación entre el consumidor consciente, sus necesidades y los insights identificados durante la investigación. En esta herramienta se reconoció que el usuario busca que el diseño gráfico revalorice el valor cultural, social y ambiental de la artesanía, y que su decisión de compra esté respaldada por evidencias reales de ética, sostenibilidad y autenticidad. Asimismo, el insight obtenido revela la necesidad de que el diseño no funcione únicamente como un recurso estético o comercial, sino como un medio narrativo capaz de contar historias honestas sobre el origen del producto y el impacto de la compra. A partir de ello, se formularon preguntas guía que orientaron la propuesta del proyecto, enfocadas en cómo el diseño gráfico estratégico puede justificar un precio justo, fortalecer la percepción del valor del diseño por parte del artesano y dar origen a una certificación visual que comunique autenticidad cultural y sostenibilidad dentro del mercado.

Figura 4

¿Cómo podríamos?



2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad de mercado

Existe una tendencia creciente hacia el consumo responsable y la búsqueda de productos con historia y autenticidad, especialmente entre consumidores urbanos y turistas.

Sin embargo, el mercado local aún evidencia una brecha de conocimiento y aplicación en torno a la sostenibilidad. Si bien existen marcas exitosas surgidas de polos productivos como Gamarra, tales como Topitop o Emporium by Jorge Salinas, su posicionamiento se ha basado principalmente en la accesibilidad y la moda urbana, más que en criterios de sostenibilidad o identidad cultural (Fasson, 2023). Por lo tanto, demuestra que el público peruano reconoce y apoya las marcas locales, pero todavía hay una oportunidad latente para educar y sensibilizar sobre el consumo responsable y el valor cultural detrás de los productos.

Competencia

Sellos internacionales: ofrecen reconocimiento y confianza, pero suelen requerir procesos costosos y estándares que no siempre se adaptan a la realidad artesanal local. Por ejemplo, un caso que se observa en el mercado peruano, es la existencia de sellos y certificaciones que comunican información relevante al consumidor, aunque la mayoría está enfocada en aspectos nutricionales o de sostenibilidad ambiental, más que en la autenticidad cultural. En este contexto, destacan los sellos octogonales establecidos por el Ministerio de Salud, los cuales se ubican en la parte frontal de los empaques y tienen como finalidad brindar información directa y fácil de comprender sobre los riesgos vinculados al consumo excesivo de determinados ingredientes (Guzmán, Henao & López, 2025).

Iniciativas nacionales o sectoriales (programas estatales, sellos regionales, ferias con sello propio): existen de forma dispersa y con alcance limitado al consumidor general. Como nos menciona Velasco (2024) en otros contextos latinoamericanos han surgido propuestas más vinculadas al patrimonio cultural, como los *sellos Jama Coaque,* que son el resultado de dos contextos de análisis: el primero relacionado con el arte cerámico desarrollado durante los periodos de transformación de la cultura Jama Coaque, y el segundo, con la necesidad contemporánea de reconocer y proteger el valor simbólico y artesanal de los productos locales.

Barreras de entrada

- Costos y capacidad técnica de evaluación y auditoría para pequeños artesanos.
- Desconfianza inicial de parte de los artesanos al percibirlo como un posible control externo o sin un beneficio claro para ellos.
- Fragmentación del sector artesanal que dificulta estandarizar criterios.

- Regulación y trámites administrativos
- Necesidad de alianzas con instituciones para legitimar y financiar el proceso.

Una de las principales barreras identificadas, según Mera (2022) es la desconfianza que aún existe entre algunos artesanos hacia los acuerdos comerciales internacionales. De acuerdo a sus estudios, se observa que un 13% de los encuestados manifestó desconfianza al realizar negocios con mercados extranjeros, lo que limita la posibilidad de expandir sus productos y establecer vínculos sostenibles con clientes internacionales.

Alcance esperado

Corto plazo (1 año): certificación piloto con 10–25 productos/marcas artesanales en una o dos regiones representativas; lanzamiento de la imagen del sello y campañas informativas locales.

Mediano plazo (2–3 años): ampliación a múltiples regiones del país, integración de 50–200 productos/marcas, alianzas con tiendas físicas y plataformas online, y presencia en ferias nacionales.

Largo plazo (4–5 años): reconocimiento nacional del sello, participación en rutas turísticas culturales, exportación de productos certificados a nichos internacionales y auge de membresías para marcas.

Estos plazos han sido considerados por el cambio inmenso que ha ido progresando pues ha permitido que los artesanos lleguen a un público más amplio y diverso, fortaleciendo su presencia tanto en el mercado local como internacional. Al mismo tiempo, ha impulsado un mayor reconocimiento del valor cultural detrás de cada pieza, lo que amplía el alcance esperado de propuestas que promueven la autenticidad y la identidad artesanal peruana. (Ferri, 2024)

Mercado objetivo del producto

- Primario: artesanos textiles y marcas locales que desean certificar la autenticidad y prácticas de comercio justo de sus productos.

- Secundario: consumidores urbanos jóvenes-adultos (18–40 años) interesados en sostenibilidad, cultura y diseño; tiendas concept, boutiques de regalo, plataformas de comercio justo y tour operadores culturales.
- Terciario: instituciones culturales, fundaciones y organismos públicos que promueven patrimonio y desarrollo local (posibles aliados y financiadores).

Demanda potencial en el mercado/segmento

La demanda potencial se apoya en tres motores: (1) aumento del interés del consumidor por productos con historia y procedencia verificable; (2) la búsqueda de diferenciación por parte de marcas y artesanos; y (3) la presión de mercados y regulaciones hacia prácticas más sostenibles. Inicialmente, la demanda provendrá de nichos urbanos y turísticos; con la consolidación del sello, puede ampliarse a compras regulares (regalos, moda ética, artículos para el hogar) y a canales B2B (retail especializado, exportadores).

Según Ferri (2024), el creciente interés por productos auténticos, sostenibles y con historia ha impulsado una nueva demanda dentro del mercado artesanal. Los consumidores, especialmente los jóvenes, buscan artículos que reflejen identidad cultural y valores éticos en su producción. No obstante, este escenario también ha intensificado la competencia y ha impulsado una mayor demanda por productos personalizados y alineados con criterios de sostenibilidad. Frente a ello, se vuelve indispensable implementar estrategias de comunicación y marketing que ayuden a los artesanos a posicionar sus productos y diferenciarse dentro de un mercado cada vez más competitivo y exigente.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El concepto de nuestra propuesta se basa en la necesidad de revalorizar lo artesanal frente a un mercado dominado por la producción masiva y la moda rápida, ofreciendo una señal clara, comprensible y accesible que respalde el trabajo del artesano y comunique una historia real detrás de cada pieza. En el contexto actual, los consumidores muestran un interés creciente por productos con identidad, historia y valores éticos; sin embargo, esta intención muchas veces se ve limitada por la dificultad de reconocer qué propuestas son realmente auténticas. Frente a esta situación, surge la necesidad de contar con un elemento que permita validar el origen cultural y las prácticas responsables detrás de un producto, generando confianza y transparencia en el proceso de compra. Al mismo tiempo, como ya se ha

mencionado anteriormente los artesanos y creadores culturales enfrentan el desafío de diferenciar su trabajo en un mercado saturado, donde la producción masiva y la falta de regulación tienden a desvalorizar las piezas hechas a mano. En este sentido, nuestra Propuesta de Valor se crea en base a "El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible", el cual se clasifica como un sello de certificación, garantía y valor. Su característica principal es que vincula explícitamente la autenticidad ancestral, el respeto cultural y el compromiso ambiental en un símbolo unificado. Este sello opera en mercados de consumo ético, permitiendo a los artesanos justificar precios justos, mejorar su reconocimiento y diferenciación, y a los consumidores, eliminar la desconfianza al garantizar una historia real, ética y sostenible detrás de cada compra. El valor diferencial reside en crear una experiencia emocionalmente significativa que eleva el estatus de la artesanía a un símbolo de prestigio, posicionando al artesano como creador de alto valor y cerrando la brecha de comunicación con el consumidor.

"El concepto "El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible" surgió al ver que muchos productos artesanales pierden su valor por la producción masiva. La idea es rescatar el trabajo hecho a mano y darle el lugar que merece. Por esta razón, nuestro sello representa el amor y la dedicación que cada artesano le pone a su trabajo, mientras respeta el lugar y la historia de donde proviene. Ya que, es, una garantía de que el producto tiene alma y una raíz verdadera. Es decir, con este sello, buscamos que lo artesanal deje de ser visto como algo "simple" y empiece a verse como un tesoro. Es la prueba de que el producto es original y que fue creado con paciencia, lejos de las fábricas que hacen todo igual.

Por ello, a partir de lo analizado previamente, se desarrolló en base a una plantilla metodológica que permitió ordenar, conceptualizar y aterrizar la propuesta del proyecto.

El sello de certificación propuesto se concibe como un símbolo de garantía y alto valor, cuyo objetivo principal es certificar la autenticidad ancestral, el respeto cultural y el compromiso ambiental de los productos artesanales. En este sentido, funciona como una herramienta que respalda el comercio justo, ofreciendo al consumidor la certeza de adquirir una pieza con una historia viva, elaborada con integridad y bajo principios de sostenibilidad ética, contribuyendo así a la preservación del legado cultural.

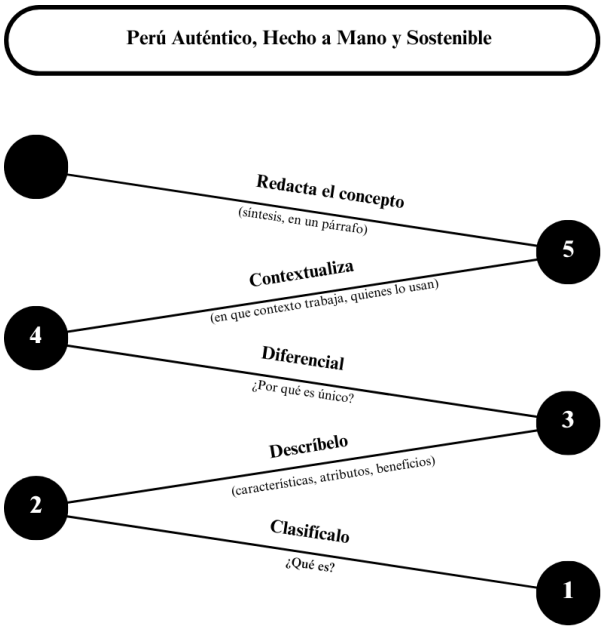
Asimismo, este distintivo se inserta en contextos de consumo ético y mercados especializados, particularmente en productos artesanales, ancestrales y textiles tradicionales. Su uso está dirigido a productores que cumplen estándares claros de autenticidad, prácticas responsables y procesos alineados con el respeto al entorno social y ambiental. De este modo, el sello no sólo valida el origen del producto, sino que también refuerza su valor dentro de circuitos comerciales conscientes.

Por otro lado, el sello se caracteriza por ser un símbolo gráfico reconocible, de alto valor percibido, legible y adaptable a diversos formatos y empaques. Estas cualidades fortalecen la confianza del consumidor, diferencian el producto dentro del mercado y promueven tanto el comercio justo como la preservación histórica y cultural. En conjunto, estos atributos permiten que el sello actúe como un puente entre el productor, la historia de la pieza y el usuario final.

Finalmente, su carácter distintivo radica en que vincula explícitamente tres elementos fundamentales de valor: la autenticidad cultural, la historia del producto y el tratamiento ecológico de sus procesos, integrándose en un solo símbolo. De esta manera, el sello no se limita a certificar la calidad o el método de elaboración, sino que también comunica el impacto social y la narrativa cultural que envuelve a cada pieza artesanal, consolidándose como un elemento estratégico dentro de la propuesta de valor del proyecto.

Figura 5

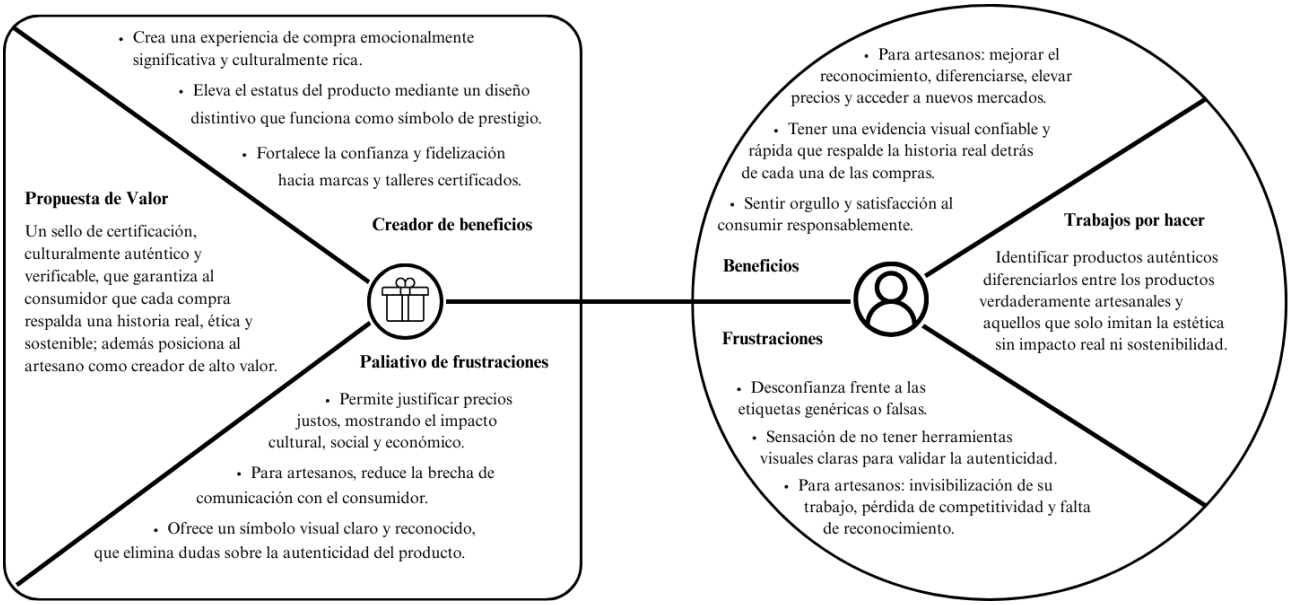
Ruta para conceptualizar



A partir de este concepto se optó por desarrollar una ficha denominada Canvas de Propuesta de Valor, herramienta que permitió profundizar en nuestro proyecto. Desde Trabajos por hacer, se identificó la necesidad de reconocer y diferenciar productos auténticos frente a aquellos que imitan la estética artesanal sin un sustento real. Por lo tanto, en las frustraciones, destacó la desconfianza generada por etiquetas genéricas o falsas, así como la falta de herramientas visuales que permitan validar la autenticidad del producto. En contraste, los beneficios evidenciaron el deseo de consumir de manera responsable, con la satisfacción emocional de apoyar prácticas culturales legítimas. A nivel de propuesta, Creador de beneficios se enfocan en reducir esta incertidumbre mediante un sistema claro y verificable, mientras que Paliativo de frustraciones apuntaron a fortalecer el reconocimiento, el orgullo cultural y la percepción de valor tanto para el consumidor como para el artesano, permitiendo justificar precios justos y visibilizar el impacto social y cultural del producto. Finalmente, se define la propuesta de valor, que garantiza que el producto realizado es culturalmente auténtico y verificable a su vez respaldando la historia de la pieza y el trabajo sostenible.

Figura 6

Canvas de Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

"El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible" es la característica física central para resolver la falta de confianza en mercados éticos, donde los consumidores luchan

por diferenciar productos auténticos. Este sello es un símbolo gráfico de alto valor que certifica y garantiza la Autenticidad Ancestral, el Respeto Cultural, el Comercio Justo y el Compromiso Ambiental. El servicio consiste en un proceso de verificación rigurosa, tras el cual el sello se aplica al empaque como una garantía, generando confianza y el valor percibido en el consumidor.

Posteriormente, tras un proceso riguroso de investigación centrada en el usuario y la identificación de un insight clave, se llevó a cabo una lluvia de ideas que permitió traducir los hallazgos teóricos y contextuales en propuestas concretas. Este ejercicio creativo dio lugar a una amplia gama de soluciones innovadoras, orientadas a la visibilización del valor cultural, simbólico y económico de la artesanía, integrando estrategias editoriales, plataformas digitales, certificación, narrativas visuales y acciones experienciales. Las ideas generadas no solo responden a las necesidades detectadas, sino que exploran nuevas formas de conexión entre el consumidor y el artesano, reforzando la autenticidad, la transparencia y el impacto social del diseño.

Figura 7

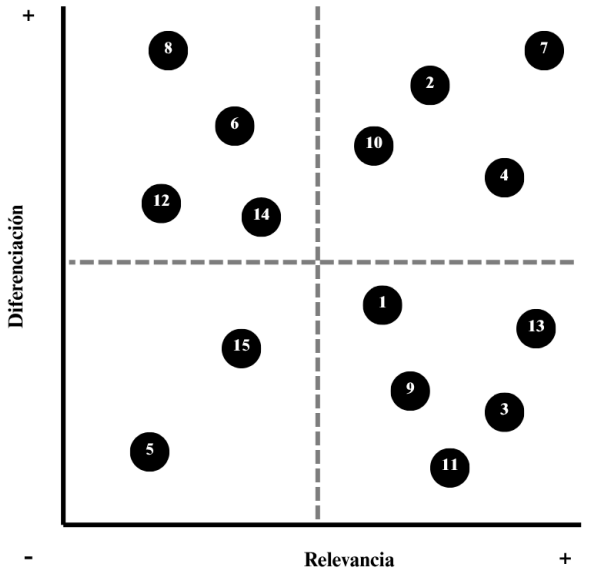
Brainstorming



A partir de una lluvia de ideas en busca de nuestra solución se utilizó una Matriz de Diferenciación vs Relevancia, la cual actúa como un filtro crítico para determinar el valor real de cada propuesta. Este análisis permite contrastar el carácter innovador del diseño gráfico (Diferenciación) frente a su capacidad de generar una conexión significativa con el usuario y el contexto artesanal (Relevancia). De este modo, el gráfico resultante no sólo organizó nuestras ideas, sino que definió cuáles eran las más factibles por medio de lo estratégico dentro de un sistema visual que busca dignificar la identidad cultural.

Figura 8

Matriz de diferenciación vs relevancia



1. Una revista de moda artesanal con diseño gráfico moderno que contrasta con las piezas tradicionales, para atraer al consumidor.
2. Una plataforma online donde diseñadores gráficos ofrecen voluntariado para crear identidades visuales para pequeños talleres artesanales a cambio de una pieza.
3. Generar una exposición gráfica itinerante donde las piezas estén acompañadas de infografías que explican su trasfondo cultural y económico.
4. Diseñar una campaña conjunta “El diseño cuenta historias reales”, donde el diseño gráfico sea presentado como narrador transparente y no como máscara.

5. Hacer una alianza con influencers conscientes para que muestren en redes la historia "real" de cada pieza que compran.
6. Un concurso anual donde diseñadores gráficos crean nuevas aplicaciones (logos, patrones, tipografías) basadas en diseños ancestrales y el artesano más votado recibe publicidad.
7. Un sello de certificación diseñado como un símbolo de alto valor para un producto con historia o que certifique autenticidad y comercio justo.
8. Hacer series fotográficas estilizadas (tipo editorial de revista) que combinen paisajes ancestrales con diseño moderno para contextualizar la pieza.
9. Crear infografías maximalistas que expliquen el impacto positivo de pagar un precio justo: horas de trabajo, empleos generados, materiales sostenibles.
10. Crear una app de verificación visual donde el consumidor escanee el sello y vea un storytelling animado de la pieza.
11. Pintar murales inspirados en comunidades y que visualmente revaloriza la historia de su trabajo y el conocimiento ancestral.
12. Un código QR en la etiqueta del producto que, al escanear, se ve una infografía sobre la historia personal del artesano y el origen de los materiales.
13. Crear una plataforma online de portafolios artesanales diseñados profesionalmente, donde cada artesano pueda mostrar su trabajo con estética cuidada.
14. Crear campañas visuales comparativas que muestran "lo que cuesta producir" una pieza artesanal vs. una industria de fast fashion.
15. Crear un festival anual de "Diseño y Artesanía", donde se presenten colaboraciones gráficas, desfiles, concursos y lanzamientos de sello.

Tras realizar una exhaustiva fase de exploración y análisis de diversas rutas creativas, hemos filtrado aquellas ideas que mejor responden a los objetivos estratégicos de nuestra propuesta. Este proceso nos permitió priorizar las soluciones con mayor potencial, dando como resultado la siguiente Short List compuesta por cuatro propuestas clave.

Figura 9

Short List

1. Una plataforma online donde diseñadores gráficos ofrecen voluntariado para crear identidades visuales para pequeños talleres artesanales a cambio de una pieza.

2. Diseñar una campaña conjunta "El diseño cuenta historias reales", donde el diseño gráfico sea presentado como narrador transparente y no como máscara.

3. Un sello de certificación diseñado como un símbolo de alto valor para un producto con historia o que certifique autenticidad y comercio justo.

4. Crear una app de verificación visual donde el consumidor escanee el sello y vea un storytelling animado de la pieza.

Al obtener diferentes propuestas se realizó una Matriz de Filtración para evaluar a detalle cada propuesta, donde el sello alcanzó el puntaje más alto de 14 puntos. Siendo la escogida no solo por ser la idea más llamativa para las personas, sino que también por ser la solución más acertada para ayudar a los artesanos a proteger su trabajo de manera inmediata.

Figura 10

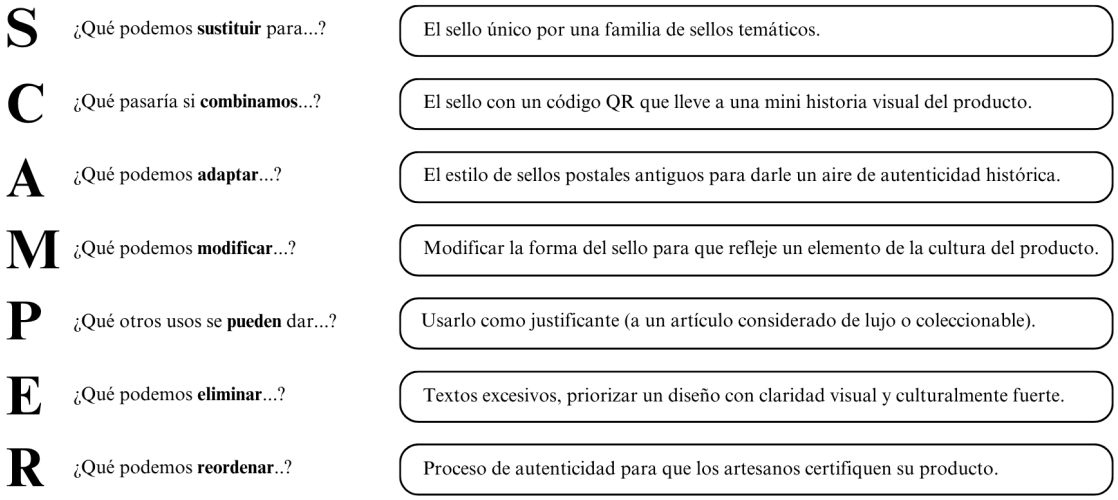
Matriz de filtración

Idea	Deseabilidad	Viabilidad	Factibilidad	Total
Plataforma Online	**4**	**3**	**3**	**10**
Campaña	**4**	**5**	**4**	**13**
Sello de Certificación	**5**	**4**	**5**	**14**
App de Verificación	**5**	**3**	**3**	**11**

A partir de nuestra propuesta elegida usamos la herramienta Scamper que nos permitió transformar el sello de manera completa y estratégica, capaz de adaptarse e integrar elementos como la historia visual del producto. Como por ejemplo al eliminar textos innecesarios y potenciar su valor, logramos que el resultado fuera funcional y capaz de representar con fuerza la identidad del artesano.

Figura 11

Scamper



2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio se centra en la Propuesta de Valor de "El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible", un distintivo que certifica la autenticidad, historia y comercio justo de productos artesanales.

Segmento de Clientes

En primer lugar, la definición del segmento de clientes constituye el eje estructural del modelo, ya que delimita con precisión para quién se crea valor. En este caso, la propuesta se dirige principalmente a emprendedores y marcas que trabajan directamente con comunidades artesanas, quienes requieren mecanismos formales de validación y diferenciación en el mercado. De igual manera, se identifica a los consumidores conscientes, caracterizados por un interés activo en productos con identidad cultural, trazabilidad y prácticas responsables.

Asimismo, el modelo contempla a tiendas especializadas y ferias de diseño sostenible, que actúan como intermediarios culturales, y a instituciones y fundaciones comprometidas con la preservación del patrimonio material e inmaterial. Esta segmentación múltiple permite ampliar el impacto del proyecto sin diluir su enfoque ético y cultural.

Propuesta de Valor

En consecuencia, la propuesta de valor se configura como un sistema integral de certificación que reconoce productos artesanales auténticos y culturales, garantizando su origen, historia y prácticas de comercio justo. El valor entregado no se limita a un distintivo visual, sino que opera como un dispositivo simbólico y funcional que resignifica el producto artesanal como portador de identidad, memoria y valor social. De este modo, la propuesta responde a la necesidad de combatir la desinformación, la apropiación estética y la banalización de lo artesanal, ofreciendo una solución que fortalece la confianza del consumidor y revaloriza el trabajo del artesano peruano como creador cultural.

Canales

Para materializar dicha propuesta, se emplean canales estratégicos de comunicación y distribución que aseguran coherencia entre el discurso y la experiencia del usuario. Entre ellos destacan la página web oficial y las redes sociales, concebidas no solo como vitrinas comerciales, sino como espacios de educación cultural y narrativa visual. A su vez, se establecen alianzas con tiendas certificadas que refuercen la legitimidad del sello en el punto de venta, así como la participación en ferias artesanales y eventos de diseño ético, los cuales permiten un contacto directo con el público objetivo y consolidan la presencia del proyecto en circuitos especializados.

Relación con los Clientes

En cuanto a la relación con los clientes, esta se fundamenta en principios de transparencia, cercanía y construcción de comunidad. La comunicación clara y constante permite generar confianza y sentido de pertenencia entre marcas, artesanos y consumidores. Además, se promueven comunidades de marcas certificadas, donde el intercambio de conocimientos y buenas prácticas fortalece el ecosistema. Para terminar, los programas de capacitación en sostenibilidad y comercio justo consolidan una relación a largo plazo, basada no solo en el servicio, sino en la formación y el acompañamiento.

Flujo de Ingresos

Desde una perspectiva de sostenibilidad económica, el flujo de ingresos se estructura de manera diversificada. Este incluye el pago por procesos de certificación, ya sea de forma anual o por producto, garantizando accesibilidad y escalabilidad. A ello se suman las membresías para marcas certificadas, que ofrecen beneficios continuos, así como las colaboraciones con instituciones culturales y turísticas, las cuales amplían el alcance del proyecto. Finalmente, la venta de materiales promocionales con el sello (merchandising) actúa como una fuente complementaria de ingresos y difusión simbólica.

Recursos Clave

Para sostener el funcionamiento del modelo, se identifican recursos clave tanto humanos como técnicos. Entre ellos destaca un equipo especializado en diseño y validación cultural, capaz de traducir criterios patrimoniales en sistemas visuales claros. Asimismo, la participación de especialistas en sostenibilidad y comercio justo asegura el rigor ético del proceso. En último lugar, una base de datos estructurada de marcas y artesanos permite gestionar información, trazabilidad y evaluación continua del impacto del proyecto.

Actividades Clave

En coherencia con lo anterior, las actividades clave se centran en la evaluación y certificación de productos y marcas, proceso que implica investigación, validación y seguimiento. De igual forma, se desarrollan campañas educativas sobre autenticidad cultural, orientadas a sensibilizar tanto al consumidor como a los actores del mercado. A esto se suman alianzas estratégicas con instituciones culturales, artesanales y turísticas, que fortalecen la legitimidad del sello y amplifican su alcance territorial y simbólico.

Socios Clave

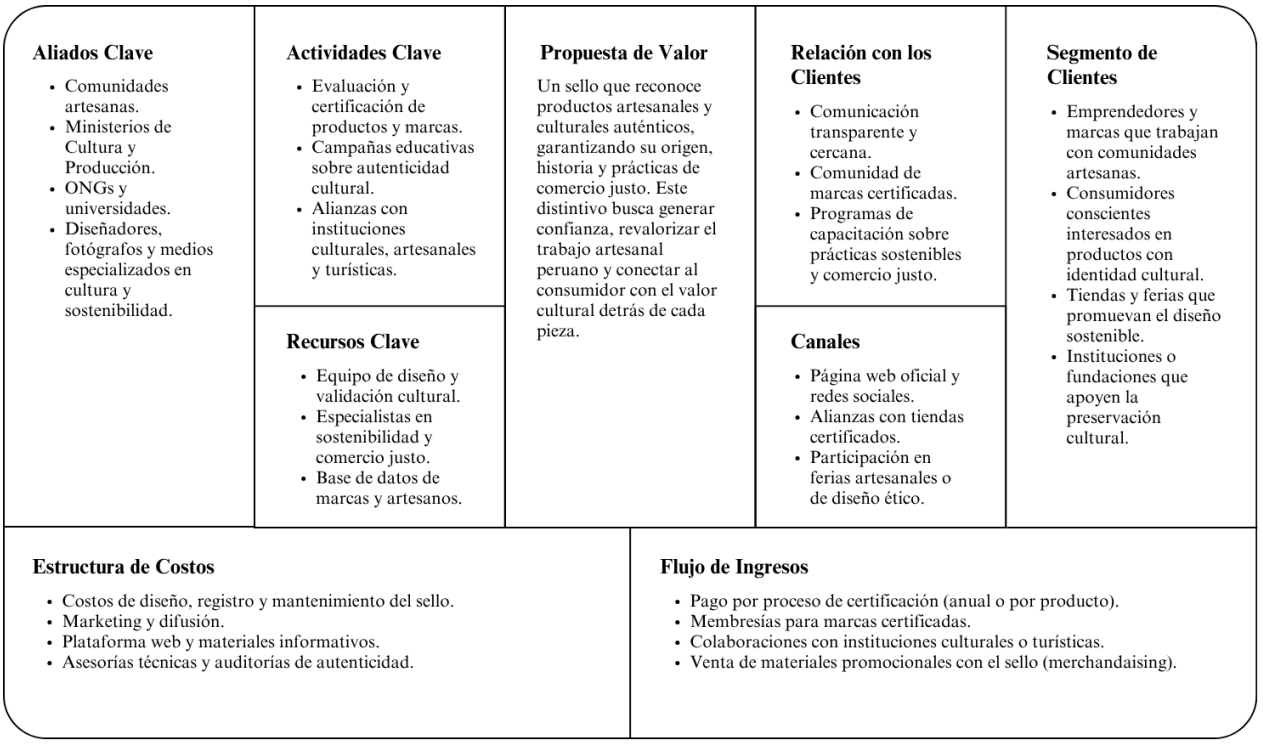
El modelo se apoya en una red sólida de socios clave, entre los que se incluyen comunidades artesanas, ministerios de Cultura y Producción, ONGs y universidades, así como diseñadores, fotógrafos y medios especializados. Estos actores no solo aportan recursos y conocimiento, sino que legitiman el proyecto desde distintas esferas —cultural, académica, institucional y comunicacional—, asegurando su sostenibilidad y credibilidad a largo plazo.

Estructura de Costes

Por último, la estructura de costes contempla los gastos necesarios para garantizar la calidad y continuidad del proyecto. Entre ellos se encuentran los costes de diseño, registro y mantenimiento del sello, las inversiones en marketing y difusión, el desarrollo y mantenimiento de la plataforma web y materiales informativos, así como las asesorías técnicas y auditorías de autenticidad, fundamentales para preservar la integridad del sistema de certificación.

Figura 12

Canvas de Modelo de Negocio



2.5.6 Resultados esperados

Con el lanzamiento de nuestro sello de certificación, nos proponemos dignificar el arte manual peruano, ofreciendo a los artesanos una herramienta para certificar la raíz cultural y la sostenibilidad de su oficio. Gracias a ello, el comprador tendrá la certeza de adquirir piezas éticas, lo que estrecha el vínculo de confianza con el artesano.

Asimismo, se espera que el sello fomente una mayor visibilidad a las comunidades artesanales peruanas, lograr impulsar su negocio no solo en comercios nacionales, sino

también internacionales, que puedan dar como ejemplo que existen productos con un proceso mucho más consciente y responsable. Finalmente, se prevé que este proyecto genere un impacto real y bueno en la percepción social de la artesanía peruana, esperamos que se pueda integrar como una parte esencial de la identidad cultural junto a un desarrollo sostenible dentro de nuestro país.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Para validar la propuesta de Valor en nuestro sello de certificación culturalmente auténtico y verificable, se desarrollaron dos prototipos que buscan evaluar tanto la comprensión funcional (baja fidelidad) como la percepción de valor y trazabilidad (alta fidelidad).

Prototipo de Baja Fidelidad: Concepto Funcional y Comunicación de Valor

Aquí nos centramos en probar la claridad y comprensión que el sello ofrece al consumidor. Para evaluar si el mensaje genera la confianza y justificación de precio esperada.

"El Sello": Es la garantía principal de autenticidad. Este símbolo es la evidencia que el consumidor consciente necesita para validar su compra. No es un simple adorno, sino un distintivo de alto valor que garantiza que cada pieza artesanal respeta una historia real, ética y sostenible. Al elegir un producto con este sello se tiene la certeza de que está respaldando directamente el comercio justo, autenticidad ancestral y compromiso ambiental. A través de estas adquisiciones se pueden mejorar los estatus de los artesanos por sus piezas, esto ayuda de manera activa a la conservación del patrimonio cultural.

El objetivo principal en esta etapa es eliminar las dudas sobre la genuinidad del producto y disminuir la desconfianza.

Figura 13

Foto realista del sello



Nota: Imagen generada con Gemini. Esta imagen se generó en respuesta a la siguiente solicitud: Crea una imagen donde mi diseño esté estampado con la técnica de termograbado en una pieza de cuerina. No cambies el diseño o estructura.

Prototipo de Alta Fidelidad: Diseño Gráfico y Especificaciones de Trazabilidad

Se enfoca en el diseño gráfico detallado y la integración de mecanismos de verificación para asegurar que el sello cumpla su función de narrador transparente y símbolo de prestigio.

El sello se materializa en una **pieza de cuerina de alta calidad**, con un acabado mate o ligeramente satinado, que ofrece una textura suave pero resistente al tacto. Su diseño, se plasma a través de un **proceso de termograbado (hot stamping)**, creando un relieve sutil y un acabado brillante (como si fuera un "estampado caliente") que contrasta elegantemente con la base de cuerina. Este método realza cada detalle con una apariencia a mano, otorgándole un aire de calidad artesanal sofisticada.

Figura 14

Foto realista del sello aplicado en un producto



Nota: Imagen generada con Gemini. Esta imagen se generó en respuesta a la siguiente solicitud: Crea una imagen donde mi sello de cuerina esté a un lado pero en el interior de una cartera. No cambies el diseño, estructura o posición.

Cambios encontrados

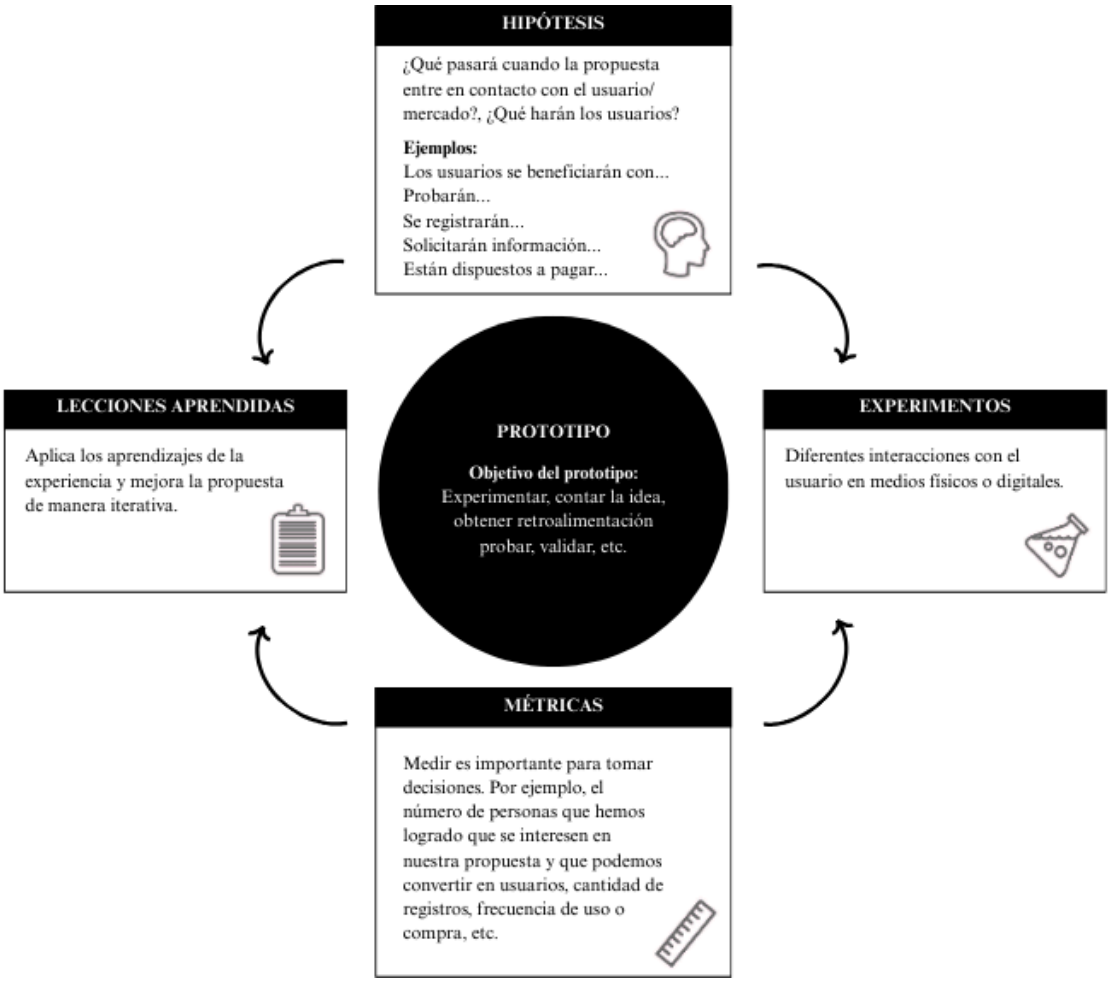
La transición entre el prototipo de baja y alta fidelidad representó el paso de la validación a una vista de la materialización del proyecto. En la fase de baja fidelidad, el enfoque fue puramente funcional, buscando evaluar si el mensaje de "Perú Auténtico" generaba confianza y lograba la justificación de un precio superior en el consumidor. En contraste, la fase de alta fidelidad se centró en el diseño gráfico y el proceso del sello. El cambio más significativo fue la materialización del sello en una pieza de cuerina, utilizando la técnica de termograbado (hot stamping) para crear un relieve sutil.

2.5.8 Experimentos

En esta etapa, se aplicó un proceso de experimentación ágil para validar la propuesta de valor a través del contacto directo con los usuarios, utilizando un formulario diseñado para poner a prueba el prototipo en un entorno real. El objetivo fue aprender de estas interacciones, transformando las percepciones de los consumidores en datos medibles que permitieran verificar las hipótesis sobre la autenticidad, el impacto emocional y la disposición al pago de un precio justo. Al centrar la evaluación en la utilidad percibida y la confianza generada, este experimento facilitó un aprendizaje rápido que no sólo valida la eficacia del diseño como "narrador honesto", sino que también identifica las iteraciones necesarias para fortalecer la trazabilidad y la seguridad técnica del sistema gráfico.

Figura 15

Experimentación Ágil



Hipótesis

Se basa en la idea de que el sello será exitoso si logra establecerse como el distintivo de alto valor que el consumidor consciente necesita, actuando como el "narrador honesto" de la historia del producto. Se espera que la propuesta, con su estética de insignia verificable, brinde al usuario la evidencia visual confiable y rápida que valide la autenticidad ancestral, comercio justo y compromiso ambiental. De este modo, la presencia del sello eliminará la desconfianza y la sensación de injusticia por falta de transparencia, facilitando que el artesano pueda justificar un precio justo. Permitiendo que el consumidor sienta orgullo y satisfacción al contribuir activamente a la revalorización de la identidad cultural y el legado ético de las piezas peruanas.

Experimentos

El objetivo de este experimento tuvo como propósito principal evaluar la credibilidad y el impacto del "Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible", centrándonos específicamente en la percepción del consumidor respecto a dos promesas fundamentales: Autenticidad y Compromiso Ambiental. Este sello no existe solo para decorar o adornar, sino es una garantía y distintivo de alto valor, que busca ser la evidencia de validar una buena compra.

Como metodología se aplicó un formulario a consumidores potenciales que buscan este tipo de características. El formulario consta de diez preguntas obligatorias, diseñadas para indagar sobre la percepción, confianza, decisión de compra y el valor que el sello le proporciona a los productos artesanales peruanos. El mismo presentó el diseño de manera realista por medio de una fotografía y aplicado en un producto real para contextualizar la experiencia del participante.

Figura 16

Tablero UX



Preguntas del formulario

El formulario de validación se estructuró como una herramienta estratégica para medir la respuesta del usuario ante la propuesta "El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible". Las interrogantes planteadas buscan, en primera instancia, identificar la respuesta instintiva y emocional del consumidor para verificar si la identidad visual comunica por sí misma valores de orgullo y pertenencia cultural. Asimismo, se evalúa la capacidad del sello para actuar como un factor decisivo en la compra y un mecanismo de confianza que elimine la desconfianza ante productos genéricos, validando si el distintivo justifica un precio justo. Finalmente, las preguntas exploran la utilidad del sello desde la perspectiva tanto del productor como del consumidor, recolectando retroalimentación clave sobre la trazabilidad y posibles mejoras técnicas.

1.¿Qué es lo primero que te transmite este sello cuando lo ves?

2.¿Qué emociones te genera el sello (cercanía, orgullo, duda, curiosidad etc.)?

3.¿El sello te inspira confianza? ¿Por qué sí o por qué no?

4.¿Qué tan útil sería para usted la presencia de este sello al momento de decidir si compra o no un producto?

5.¿En qué tipo de productos crees que funcionaría mejor este sello?

6.¿Cree que el sello justificaría que el producto tenga un precio ligeramente superior debido a las garantías de ética y respeto cultural que ofrece?

7.¿Cree que este sello sería más útil para usted como consumidor o más útil para el productor que lo utiliza?

8.Si fueras artesano o emprendedor, ¿usarías este sello en tus productos? ¿Qué te motivaría a usarlo o no?

9.Si encuentra un producto que le gusta mucho, pero no tiene el sello, ¿qué tan probable es que usted busque activamente el mismo tipo de producto en otra tienda o marca que sí tenga el sello?

10.Si pudiera mejorar un solo aspecto de este sello, ¿Qué sería?

Métricas

Los experimentos realizados para validar la credibilidad e impacto de la propuesta demuestran una alta aceptación del mercado, donde más del 76% de los consumidores encuestados afirma que el sello justifica un precio superior debido a las garantías de ética y respeto cultural que ofrece. Asimismo, la percepción de valor es sumamente positiva, con un 80.95% de artesanos y emprendedores potenciales dispuestos a implementar el distintivo en sus productos. Estos indicadores reflejan que el sello no solo funciona como un "narrador honesto" de la historia del producto, sino que también actúa como un catalizador de confianza que logra reducir la brecha entre el valor real del trabajo artesanal y la apreciación del consumidor consciente.

Pregunta 1: ¿Cree que el sello justificaría que el producto tenga un precio ligeramente superior debido a las garantías de ética y respeto cultural que ofrece?

Una clara mayoría de los encuestados (más del 76%) acepta o acepta bajo condición que el sello justifique un precio ligeramente superior.

Tabla 1

Justificación de un Precio Superior

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje sobre 21
Sí	14	66.67%
Sí (Condicional)	2	9.52%
No	3	14.29%
Otros/No Clasificado	2	9.52%
Total Sí (Sí + Condicional)	16	76.19%

Pregunta 2: Si fueras artesano o emprendedor, ¿usarías este sello en tus productos?

Más del 80% de los encuestados afirma que usaría el sello en sus productos (o lo harían bajo ciertas condiciones), lo que indica una alta percepción de valor por parte de los posibles usuarios.

Tabla 2

Uso del Sello por Artesanos/Emprendedores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje sobre 21
Sí	16	76.19%
Sí (Condicional)	1	4.76%
No	4	19.05%
Total Usarían el Sello	17	80.95%

Pregunta 3: ¿Qué tan útil sería para usted la presencia de este sello al momento de decidir si compra o no un producto?

Más de la mitad de los encuestados categorizados (52.38%) considera el sello como Útil o Muy Útil/Crucial en su decisión de compra. El alto porcentaje de "No Clasificado" se debe a las respuestas abiertas y detalladas que no encajan en las categorías simples.

Tabla 3

Utilidad del Sello en la Decisión de Compra

Categoría	Frecuencia	Porcentaje sobre 21
Muy Útil/Crucial	6	28.57%
Útil	5	23.81%
Moderada/Condicional	1	4.76%
No Clasificado*	9	42.86%
Total Positivo (Útil)	11	52.38%

Pregunta 4: ¿Cree que este sello sería más útil para usted como consumidor o más útil para el productor que lo utiliza?

La mayoría de los encuestados percibe que el sello es más útil para el Productor (42.86%) o que es útil para ambos (33.33%), sumando más del **76%** de las respuestas en esta dirección.

Tabla 4

Mayor Utilidad del Sello (Consumidor vs Productor)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje sobre 21
Productor	9	42.86%
Ambos	7	33.33%
Consumidor	4	19.05%
No Clasificado*	1	4.76%
Total Positivo (Útil)	16	76.19%

Pregunta 5: ¿Qué emociones te genera el sello (cercanía, orgullo, duda, curiosidad, etc.)?

Las emociones más frecuentes son la curiosidad y el orgullo, lo que sugiere un interés en conocer más sobre lo que certifica el sello, junto con un sentimiento positivo y de identificación.

Tabla 5

Emociones Generadas por el Sello

Emoción	Frecuencia	Porcentaje sobre 21
Curiosidad	8	38.10%
Orgullo	6	28.57%
Duda	2	9.52%
Respeto	2	9.52%
Oportunidad	2	9.52%
Confianza	1	4.76%
Cercanía	1	4.76%
Expectativa	1	4.76%

Lecciones aprendidas

El análisis de la percepción de los usuarios deduce que el sello funciona como un indicador de calidad, donde los símbolos aplicados transmiten valores de identidad cultural peruana. Se concluye que el diseño tiene un gran poder que permite una comunicación inmediata sin necesidad de textos explicativos. No obstante, la investigación revela una brecha entre la confianza visual y la seguridad técnica; aunque el sello se percibe como serio y confiable, muchos de nuestros encuestados nos han mencionado que podría contar con otro mecanismo extra para reforzar la verificación, tales como QR, números de registro o algún sistema reglamentario.

Por otro lado, se determina una correlación directa entre el simbolismo cultural de la pieza y la relevancia de la certificación en el proceso de decisión de compra. Los datos

confirman que el sello incrementa el valor percibido, significando una disposición por parte del consumidor al asumir un sobreprecio siempre que se garantice el comercio justo y el origen legítimo.

Los encuestados opinan que el sello beneficia más a los artesanos, la razón es que facilita justificar los precios justos, así como fortalecer la competitividad en el sector artesanal peruano. De la misma manera se muestran con algunas dudas sobre cómo sería el proceso de certificación, que criterios, estándares o mecanismos se implementarán, para una mejor seguridad.

Finalmente, el análisis técnico de los resultados sugiere que el sello tiene una estética muy de cuero, lo cual a veces limita su uso en distintos productos o sectores no textiles. Se requiere una desvinculación de la textura del soporte original para garantizar la versatilidad transmedia del sello en diversos sectores. La recurrente mención a la historia del artesano deduce que el sistema gráfico debe evolucionar de un elemento estático a un sistema narrativo.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La presente propuesta que se plantea para esta investigación es un sello de certificación que prueba que el producto es auténtico y de comercio justo, está proyectado a fortalecer la valorización de dicho producto artesanal peruano y de aquellos diseños inspirados en la herencia cultural de nuestro país. Asimismo, la propuesta busca ser reconocida como un indicador clave que verifique el origen de la pieza, así se logra garantizar que la pieza esté alineada con los criterios culturales, éticos y de sostenibilidad.

El desarrollo de este proyecto se sustenta en base a la necesidad de poder ofrecerle a los consumidores, una herramienta confiable con la cual pueda identificar los productos que de verdad están respetando las normas mencionadas, además se le va a brindar a los artesanos y a las marcas una forma de poder diferenciarse en un mercado competitivo, en la cual actualmente solo encuentran imitaciones y la apropiación cultural se ha convertido en una práctica recurrente.

Como se ha mencionado antes, nuestra propuesta cumple con un enfoque integral de sostenibilidad, abarcando la sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental. Primero por el lado de sostenibilidad económica, se espera que nuestra certificación pueda

incrementar el valor de estos productos, generando oportunidad de ingreso a los productores artesanales. Continuando con la sostenibilidad social, al fortalecer el reconocimiento del trabajo artesanal, se promoverán relaciones comerciales mucho más equitativas, pues se van a reducir brechas informativas entre los productores y consumidores, la transparencia contribuye a que las comunidades logren un empoderamiento mediante la valorización de su identidad cultural. Que nos lleva al tercer punto, la sostenibilidad cultural, pues con nuestro plan activo, se podrá fomentar la preservación de técnicas tradicionales, la protección del patrimonio y sobretodo la transmisión intergeneracional del conocimiento artesanal, que se ha mostrado en deterioro en la investigación previa, por lo que estaremos evitando la pérdida o distorsión de saberes culturales. Por último, se cumple la sostenibilidad ambiental, no solo porque se promueve el uso de materiales responsables y procesos de menor impacto ambiental, sino también porque incentivamos prácticas productivas más conscientes con todo este proceso.

Como plan de actividades, la propuesta inicial es tener la validación del prototipo con los artesanos y los consumidores, vamos a conocer sus percepciones para tener el diseño que transmita lo esperado. Una vez que sea validado y aprobado por el público objetivo, el sello se implementará en una comunidad piloto por tres meses, con el objetivo de evaluar su funcionamiento en un entorno real, estableciendo protocolos de trazabilidad desde el taller del artesano hasta el punto de venta. Durante esta fase, las piezas saldrán al mercado acompañadas de material informativo (storytelling del producto) para poder evaluar la reacción del consumidor a través de encuestas de satisfacción y análisis de intención de compra, así logramos recopilar la información necesaria para identificar fallas o mejoras en la certificación. Finalmente, se ha planteado una expansión de nuestro sistema de certificación a diferentes regiones del país, mediante alianzas con instituciones, ferias y plataformas digitales.

Se requieren recursos humanos, materiales y tecnológicos, como se observa en la ficha de prototipado, tenemos que en recursos humanos se necesita la participación de profesionales en diseño gráfico, así como especialistas en patrimonio cultural, investigadores, contactos como desarrolladores, gestores y demás. Se ha considerado indispensable los materiales para la elaboración de prototipos físicos, y poder analizar la factibilidad y versatilidad, pues como primera propuesta tenemos rehusar o rescatar trozos

de cuero, que usualmente encontramos en retazos que pierden valor, por ese motivo, la idea es usar dichos trozos para aplicar la técnica Hot Stamping, con el fin de reciclar el material que en un inicio terminaria como desperdicio. Para concluir, se va a necesitar el uso de software especializado en diseño, así como herramientas para la medición de métricas y recolectar la retroalimentación.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto planteado ha sido elaborado en función al proyecto y las consideraciones tomadas según lo que se requiera, por lo que es una estimación referencial, ya que nuestro proyecto está en la fase de prototipo.

Se requiere la participación de un equipo de diseño, validación y documentación como ya se ha mencionado y esto se calcula en base a la intervención de un diseñador gráfico aproximadamente unas 40 horas que se engloba en la creación del sello y sus variaciones, cuyo costo proyectado es de alrededor de S/ 1500. Asimismo, vamos a contar con la intervención de un investigador encargado para el análisis de datos y sistematización, con la estimación de 20 horas de trabajo, equivalente a S/ 500. Además se ha considerado que es necesario la asesoría de un especialista en cultura para validar la pertenencia simbólica del sello, considerando que el costo de la sesión será de S/ 200. Se incluye, además, el costo asociado a la adquisición de Licencias y Herramientas (S/ 400.00), monto destinado a cubrir la necesidad de utilizar software especializado en diseño y herramientas para la medición de métricas requeridas para la validación y el prototipado de la Fase I.

Continuando por el lado de materiales y elaboración de prototipos, tenemos en cuenta que se requiere la producción de diversas muestras del sello, en diferentes materiales. Se ha calculado que podrían ser unas 20 pruebas preliminares, con el fin de poder descartar la mayor cantidad de opciones. Aquí se está considerando que se harán las pruebas de materiales y técnicas de impresión o creación del sello, como el Hot Stamping, que es nuestra primera opción, pero se evaluarán otras alternativas como la serigrafía o tampografía, así como el

grabado o corte láser. Junto a ello, se probarán los materiales como la cuerina, cuero, bordado o tejido, y demás. Se valora que todo el proceso de prueba será de S/ 500 aproximadamente.

También se incluye un presupuesto reducido para la difusión digital del proyecto. Se considera la posible promoción en redes sociales mediante un impulso de publicaciones.

Tras la Fase de Prototipado, la segunda etapa se centra en la Implementación y Producción Masiva del sello, cuya viabilidad financiera depende de dos grandes inversiones iniciales: la adquisición del Troquel/Matriz de Sello definitivo para replicar el diseño (S/ 2,500.00) y la compra de una Máquina de Aplicación semi-automática o manual para el sellado a gran escala (S/ 8,000.00). Adicionalmente, se consideran los Costos Operacionales Masivos, que incluyen el costo unitario de producción por insumos directos y mano de obra para un volumen inicial de 1,000 sellos (S/ 5,000.00), así como los costos de Empaque y Logística para el envío seguro de los lotes al artesano (S/ 800.00), sumando un subtotal de S/ 16,300.00 para esta fase. Finalmente, se incluye una reserva para contingencias equivalente al 10% del subtotal total de la Fase I y Fase II, asegurando una provisión para cualquier imprevisto en la implementación o retrasos del proyecto.

Tabla 6

Presupuesto

Partida (Recurso)	Descripción	Tipo de Costo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total (S/)
1. INVESTIGACIÓN Y PROTOTIPADO (Fase Inicial)						
1.1. Diseñador Gráfico	Creación y variaciones del sello (40 horas estimadas)	CV	Hora	40	37.50	1.500.00
1.2. Investigador de Datos	Análisis de datos y sistematización (20 horas estimadas)	CV	Hora	20	25.00	500.00
1.3. Especialista en Cultura	Asesoría para validación de pertenencia simbólica (1 sesión)	CF	Sesión	1	200.00	200.00
1.4. Licencias y Herramientas	Software especializado en diseño y herramientas para la medición de métricas (3 meses de	CF	Global	1	400.00	400.00

	suscripción/licencia)					
Partida (Recurso)	**Descripción**	**Tipo de Costo**	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total (S/)**
2. MATERIALES Y PROTOTIPADO						
2.1.Pruebas y Muestras	Producción de 20 pruebas preliminares (Hot Stamping, Serigrafía, Grabado Láser) en diversos materiales (cuero, cuerina, etc.)	CV	Global	1	500.00	500.00
3. MARKETING						
3.1.Difusión Digital	Impulso de publicaciones en redes sociales	CF	Mes	1	300.00	300.00
SUBTOTAL FASE 1						**S/ 3,400.00**

Partida (Recurso)	Descripción	Tipo de Costo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total (S/)
2. IMPLEMENTACIÓN Y PRODUCCIÓN MASIVA (Viabilidad Financiera)						
4. Inversión Inicial						
4.1. Troquel/Matriz de Sello	Adquisición de la herramienta definitiva para replicar el sello (para Hot Stamping o Grabado)	CI	Unidad	1	2,500.00	2,500.00
4.2. Máquina de Aplicación	Máquina semi-automática o manual para aplicar el sello a gran escala	CI	Unidad	1	8,000.00	8,000.00
5. Costos Operacionales Masivos						

5.1. Costo Unitario de Producción	Tinta, láminas de Hot Stamping, materiales, y mano de obra por unidad de sello terminada	CV	Unidad	1	5.00	5,000.00
5.2. Empaque y Logística	Empaques protectores y costo de envío por lote al artesano	CV	Unidad	1		800.00
SUBTOTAL FASE II (Implementación)						**S/ 16.300.00**
CONTINGENCIAS						
6.1. Contingencias (10% del Subtotal Total)	Reserva para imprevistos en implementación o retrasos	CI	%	10%	N/A	1.970.00
TOTAL GENERAL DEL PRESUPUESTO						**S/ 21,670.00**

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Los hallazgos de la investigación previa sobre la pérdida de valoración cultural y la necesidad de visibilizar el trabajo artesanal, a partir de esta evidencia, el proyecto creado demuestra que el diseño gráfico, materializado en el sello de certificación "El Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible", puede convertirse en una herramienta estratégica para la revalorización del trabajo artesanal peruano, fortaleciendo nuestro patrimonio cultural y promoviendo prácticas más éticas y sostenibles dentro del mercado. A partir del análisis realizado, se concluye que existe una brecha significativa entre el valor real del trabajo artesanal y la apreciación que tienen los consumidores, por lo cual el sello propuesto contribuye a cerrar esta brecha mediante un sistema visual claro, confiable y culturalmente pertinente, confirmando el logro del objetivo general del proyecto.

Los resultados del experimento confirman que el sello es interpretado como un indicador de autenticidad, calidad y respeto cultural, atributos indispensables para un consumidor actual que valora cada vez más el origen ético y responsable de los productos. Más del 76% de los encuestados considera que el sello justifica un precio justo y superior, lo que evidencia su potencial para mejorar las condiciones económicas de los artesanos y fortalecer su competitividad frente al mercado masificado, logrando así el objetivo específico de revalorizar el trabajo artesanal peruano.

Asimismo, se observa que el sello no solo beneficia al consumidor, sino principalmente al productor, al facilitar la diferenciación de sus piezas, reforzar la transparencia y brindar una herramienta visual que legitima sus procesos y conocimientos ancestrales. El diseño del prototipo ha demostrado transmitir adecuadamente los valores culturales asociados, generando emociones positivas como orgullo y curiosidad, lo que contribuye directamente al objetivo de generar un vínculo de pertenencia en jóvenes.

Otro hallazgo importante es la necesidad de incluir mecanismos complementarios de trazabilidad como códigos QR o numeración, ya que, aunque la estética del sello fue bien recibida, los participantes consideran que una validación técnica aumentaría aún más la

confianza en el sistema. Este punto evidencia que la sostenibilidad cultural debe trabajarse en conjunto con la sostenibilidad comunicacional y tecnológica.

Por último, el proyecto confirma que un sello de certificación cultural no solo aporta valor simbólico, sino que también funciona como parte de la preservación de patrimonio, fortaleciendo el conocimiento artesanal y fomentando un consumo más consciente y responsable dentro del mercado peruano. La propuesta se perfila como una herramienta viable que con apoyo institucional y alianzas estratégicas, puede escalar hacia una implementación real en diversas comunidades artesanas del país.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda fortalecer la verificación del sello incorporando elementos adicionales como un código QR o un número de registro que aumente su credibilidad. Asimismo, sería pertinente realizar nuevas pruebas del prototipo en distintos materiales artesanales para asegurar su adecuada aplicación en diversos productos. También se sugiere ampliar la muestra de validación, incluyendo a más artesanos y consumidores, con el fin de obtener resultados más representativos. Finalmente, se considera importante desarrollar un manual básico de uso del sello y establecer alianzas con instituciones culturales que respalden su implementación futura.

V. Referencias Bibliográficas

Alianza de Investigadores Internacionales S.A.S. (2025). Impacto del diseño de empaques y etiquetas en productos con sellos de advertencia según ley de etiquetado en Colombia. *Revista Temario Científico*, 5(1). Fondo Editorial ALININ. ISSN 2805-850X. https://alinin.org/ojs/index.php/temariocientifico/article/view/111/420

Chávez, M., & Madrid, R. (2024). *Identidad cultural y la relación con el patrimonio cultural en el distrito del Rímac, provincia de Lima, región Lima, 2023*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] https://hdl.handle.net/20.500.12692/164942

Espinoza, E. V. D. P. (2024). *Análisis gráfico en los textiles de la cultura Lambayeque y la hibridación cultural frente a su comercialización masiva*. [Trabajo de investigación para optar el grado de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/675257

Fasson, A. (2023). *La sostenibilidad y los diseñadores peruanos*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (181). https://doi.org/10.18682/cdc.vi181.9239

Ferri Pérez, N. (2024). Artesanía en la era digital: Estrategias de marketing en Instagram para emprendedores. Universitat Politècnica de València. https://riunet.upv.es/handle/10251/210887

Florian-Pacheco, W. L. (2025). *Efecto de la interacción de diseñadores y artesanos sobre la conservación de la cultura material de comunidades artesanas: estudio de caso múltiple en Atlántico*. Repositorio Universidad del Norte. https://hdl.handle.net/10584/13568

Guzmán Pacheco, J. F., Henao Cruz, J. P., & López Florez, F. E. (2025). Impacto del diseño de empaques y etiquetas en productos con sellos de advertencia según la Ley de Etiquetado en Colombia. *Revista Temario Científico,* **5**(1). https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.3.125.4

Lezama, O. (2020). *Reflexiones acerca de la identidad, la ética y la memoria en el diseño gráfico.* Dialnet. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8319316

Mera Arcos, D. I. (2022). *Análisis de la capacidad de exportación del sombrero de paja toquilla del sector artesanal de Sandoná - Nariño a mercados internacionales en la vigencia 2023* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. https://repository.unad.edu.co/handle/10596/58804

Organización Internacional del Trabajo. (2023). *La economía informal y el trabajo decente en los sectores creativos y artesanales*. OIT. https://www.ilo.org

PromPerú. (5 de marzo de 2025). *Artesanas peruanas muestran la riqueza cultural de nuestro país en ITB Berlín 2025.* https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/1120914

Quintana Bernal, M. R., Sancan Rivera, M. J., Landázuri Castillo, M. V., Abril Cócheres, D. G., & Mora Pita, M. E. (2024). Globalización y cultura: impacto de la integración económica y tecnológica en identidades sociales y tradiciones locales y globales. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades,* 5(4), 1616–1637. https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2364

Sánchez Sánchez, P. E., Viñan Carrasco, L. M., Murillo Naranjo, M. E., & Palacios Carrillo, J. V. (2025). *El diseño como mediador cultural: co-diseño, branding e identidad visual en la creación del personaje 'Runaquiri' para la Comunidad Salasaca*. **Ciencias Técnicas y Aplicadas**. https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/10777?utm_source=chatgpt.com

UNESCO. (2022). *Protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales en la era digital*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. https://www.unesco.org

UNESCO. (2021). *Re|Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. Publicación UNESCO. https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en

Velasco Cajamarca, C. A. (2024). *Creación de un sistema de ilustración con base en el estudio semiótico de los sellos de la cultura Jama Coaque aplicado al diseño de camisetas* [Trabajo de titulación, Universidad de Cuenca]. https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/af0f1e6c-2e53-41f0-842c-d3b2fbb53fd3

Venturo, R., Espinoza, J., & Rodríguez, L. (2024). Educación patrimonial como pilar de la identidad cultural: Una revisión bibliográfica. *Revista Educación*, 31(2), 45–62. https://doi.org/10.1234/revedu.3289

Tsuchiya Watanabe, R. (2020). *Ilustración de crónicas que incluyen tradiciones de los inmigrantes japoneses vinculando la importancia de los valores en la vida cotidiana.* Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/c37d60fe-8878-46ef-8acb-6b94d1e0efbb

VI. Anexos

6.1 Informe de Turnitin

Formulario 1

Buscamos comprender a fondo a nuestro público clave encontrando respuestas a las necesidades, motivaciones, deseos y frustraciones, en relación con el diseño gráfico y los productos artesanales.

Preguntas
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSes0dvYAAma6KT-Tf5Zji6ZAjClObY2aszPsQpRjyWL52O4QA/viewform

Resultados
https://docs.google.com/forms/d/1TjMMjapWcMn6Ulc7WnQvmcfuaPuoTdBGU5tqiUeqeZ0/viewanalytics

Formulario 2

Buscamos evaluar la credibilidad y el impacto de nuestro sello: "Sello: Perú Auténtico, Hecho a Mano y Sostenible", a través de sus promesas de Autenticidad y Compromiso Ambiental.

Preguntas

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdtEEfJY0L8C4T8KZepQes0GXAY5zxEi8TtSbHkBsG1Dj9Nww/viewform

Resultados

https://docs.google.com/forms/d/1R_hBdRmNr6DBIsWPQ_gluxUg0TGEZfk50PkdwKjHXI/viewanalytics

Entrevistas

Entrevista A - Ingeniera Ambiental - Especialista en sostenibilidad

ENTREVISTA A

Ingeniera Ambiental - Especialista en sostenibilidad

1. Percepción inmediata

Lo primero que me transmite el sello es una evocación de autenticidad territorial y un intento de construir un marcador identitario que vincule origen cultural con producción responsable. Visualmente percibo una articulación entre manualidad, tradición y trazabilidad ética, lo que sugiere un esfuerzo institucional por certificar prácticas compatibles con la sostenibilidad.

2. Emociones evocadas

Me genera una mezcla de curiosidad epistémica y serenidad, seguida por una sensación tenue de orgullo cultural. La composición gráfica, particularmente las formas que parecen aludir a patrones artesanales, despierta un sentimiento de pertenencia y legitimidad. No observo ruido visual, lo cual permite que la emocionalidad sea clara y no contradictoria.

3. Confianza y legitimidad

Sí, me inspira bastante confianza, aunque con matices. El diseño es sobrio y transmite la idea de un proceso de verificación rigurosa, pero la confianza real dependería de la robustez del sistema de auditabilidad, es decir, de cuán trazables y verificables son los criterios ambientales, sociales y culturales. Con el diseño actual, percibo seriedad, pero necesitaría información complementaria sobre estándares.

4. Influencia en decisiones de compra

Para mí sería muy útil. Un sello así actúa como un acelerador cognitivo: condensa información compleja, impacto ambiental, legitimidad cultural, ética productiva, en un solo ícono. En un escenario comparativo entre productos, este sello sería decisivo para priorizar una compra más coherente con mis valores profesionales.

5. Productos donde funcionaría mejor

Funcionaría especialmente bien en textiles, cerámica, fibras vegetales, joyería tradicional, cestería, agroalimentos con origen territorial y cualquier producto cuyo proceso productivo implique interacción con conocimiento ancestral o riesgo de apropiación cultural indebida. Estos sectores tienen huellas socioambientales muy marcadas.

6. Justificación de un precio superior

Sí, totalmente. Un sello que garantiza respeto cultural y ética en la cadena productiva tiene un valor intrínseco que amerita un sobreprecio moderado, siempre que exista transparencia metodológica. Preferiría pagar más si sé que los productores reciben retribución justa y que el impacto ambiental está minimizado.

7. Utilidad para consumidor o productor

Creo que es simétricamente útil, pero con diferentes beneficios.

Para el consumidor, reduce la asimetría de información.

Para el productor/artesano, funciona como mecanismo de diferenciación competitiva en mercados saturados.

En términos de impacto sistémico, diría que beneficia ligeramente más al productor, porque fortalece su legitimidad y acceso a mercados éticos.

8. ¿Lo usaría si fuera artesana o emprendedora?

Sí. Lo usaría sin dudas. Me motivaría la posibilidad de formalizar una narrativa de sostenibilidad verificable. No lo usaría solo si los requisitos fueran poco transparentes o si percibiera una brecha entre el discurso y la aplicación real del sello.

9. Reacción ante productos sin sello

Si encuentro un producto que me gusta pero no tiene el sello, probablemente buscaría una alternativa con certificación. La razón es que la sostenibilidad no es solo estética: es estructura moral. Para mí no es un adorno, sino un criterio vinculante.

10. Aspecto a mejorar

Incorporaría una dimensión explícita de indicadores ambientales cuantificables. Algo que señale si el producto tiene baja huella hídrica, carbono reducido o materiales renovables. Este nivel de precisión fortalecería la credibilidad técnica del sello.