**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC**

# Conectando emprendimientos y consumidores: plataforma digital para la difusión de ferias locales

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

**PRESENTADA POR**

Valeria Fernanda Antay Paredes
DNI: 75201514, Perú

**ASESOR**

Hristo Joel Vasquez Janampa
DNI: 76461050, Perú
ORCID: 0009-0006-9728-8144

**JURADO**

Carlos Alberto Nieri Parodi
Jose Antonio Arias Sanchez
Pablo Alan Aguilar Ascencio

**Lima, septiembre 2026**

# INFORME-0000024277-ANTAY.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

## Detalles del documento

Identificador de la entrega
**trn:oid:::11391:615050342**

Fecha de entrega
**17 ago 2026, 7:10 p.m. GMT-5**

Fecha de descarga
**17 ago 2026, 7:25 p.m. GMT-5**

Nombre del archivo
**INFORME-0000024277-ANTAY.pdf**

Tamaño del archivo
**5.4 MB**

**41 páginas**

**6249 palabras**

**36.729 caracteres**

# 23% Similitud general

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

## Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

## Fuentes principales

10% Fuentes de Internet
4% Publicaciones
21% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Dedicatoria

A mis padres, por ser el pilar de mi vida y la razón por la que hoy puedo alcanzar este sueño. Este logro es el reflejo de cada uno de sus esfuerzos, sacrificios y del amor incondicional con el que siempre me han acompañado. Gracias por creer en mí incluso cuando el camino parecía difícil, por impulsarme a seguir adelante y por enseñarme que con dedicación y perseverancia los sueños pueden hacerse realidad. Todo lo que soy y todo lo que he logrado lleva una parte de ustedes.

También me la dedico a mí. Por no rendirme cuando las cosas se complicaron, por confiar en mis capacidades incluso en los momentos de mayor incertidumbre y por demostrarme que soy más fuerte de lo que imaginaba. Detrás de este trabajo hay esfuerzo, constancia, noches de desvelo y mucho aprendizaje, pero, sobre todo, la certeza de que nunca dejé de creer en mí. Hoy cierro una etapa muy importante con la satisfacción de haber llegado hasta aquí y con la ilusión de todo lo que aún está por venir.

**Agradecimiento**

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres por su amor, su apoyo incondicional y por acompañarme en cada paso de este camino. Gracias por creer siempre en mí, por impulsarme a no rendirme y por esos pequeños gestos de amor que hicieron una gran diferencia, como llevarme un cafecito o la cena durante las largas noches en las que me quedaba despierta trabajando en este proyecto. Sin ustedes, este logro no habría sido posible.

A Donna, gracias por acompañarme en cada amanecida. Tu compañía silenciosa hizo más llevaderas las noches de desvelo y se convirtió en el mejor apoyo durante los momentos de mayor cansancio.

Finalmente, quiero agradecer a una persona muy especial en mi vida. Gracias por creer en mí, por acompañarme con paciencia y cariño, y por recordarme, incluso cuando yo misma dudaba, que era capaz de llegar mucho más lejos. Este logro también lleva una parte de ti.

A todos ustedes, gracias por formar parte de este capítulo tan importante de mi vida. Hoy concluyo una etapa llena de aprendizajes, desafíos y recuerdos que atesoraré por siempre.

Como alguna vez expresó Harry Styles, *"Things don't have to last forever to be special."* Creo que no existe una mejor forma de describir estos cuatro años: una etapa que hoy llega a su fin, pero cuyo significado permanecerá conmigo para siempre.

**Tabla de contenido**


**1. Información General** **10**

1.1. Título del Proyecto de Innovación 10

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación 10

1.3. Contextualización del Problema 11

**2. Descripción de la Innovación** **12**

2.1. Planteamiento del Problema 12

Figura 1: Árbol de análisis de problemas 13

2.2. Población Beneficiaria 13

Figura 2: Mapa de actores 14

2.2.1. Beneficiarios Directos 14

2.2.2. Beneficiarios Indirectos 15

2.3. Objetivos del Proyecto 16

2.3.1 Objetivo general 16

2.3.2 Objetivo específico 16

2.4. Marco Referencial 16

2.5. Proceso creativo y experimentos 19

2.5.1 Información sobre el usuario 19

Figura 3: Arquetipo usuario 20

Figura 4: Mapa de empatía 21

2.5.2 Información sobre el mercado 21

Figura 5: Público Objetivo 21

Figura 6: Dificultades encontradas 23

Figura 7: Aceptación de solución 23

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 24

Figura 8: Conceptualización 25

Figura 9: Propuesta de valor 26

Figura 10: Triple Balance 28

2.5.5 Modelo de Negocio 28

Figura 11: Modelo de Negocio 29

2.5.7 Prototipo Desarrollados 30

Figura 12: Baja definición 31

Figura 13: Alta definición 32

2.5.8 Experimentos 32

**3. Estimación de costos** **34**

Tabla 1: Costos 35

**4. Conclusiones y recomendaciones** **36**

**5. Referencias Bibliográficas** **37**

**6. Anexos** **38**

6.1. Anexo 1 - Encuesta de estudio de mercado 38

6.1. Anexo 2 - Encuesta de validación del prototipo 38

## Lista de Figuras

Figura 1: Árbol de análisis de problemas 7

Figura 2: Mapa de actores 7

Figura 3: Arquetipo usuario 13

Figura 4: Mapa de empatía 14

Figura 5: Público Objetivo 15

Figura 6: Dificultades encontradas 16

Figura 7: Aceptación de solución 17

Figura 8: Conceptualización 19

Figura 9: Propuesta de valor 20

Figura 10: Triple Balance 22

Figura 11: Modelo de Negocio 23

Figura 12: Baja definición 25

Figura 13: Alta definición 27

## Lista de Tablas

Tabla 1: Costos 30

## 1. Información General

### 1.1. Título del Proyecto de Innovación

Conectando emprendimientos y consumidores: plataforma digital para la difusión de ferias locales

### 1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación FeriaConnect se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Información y comunicaciones, y busca resolver la dispersión de información sobre ferias de emprendimiento en Lima Metropolitana, la cual dificulta que emprendedores y consumidores encuentren estos eventos de manera rápida y organizada. La población beneficiaria está conformada por emprendedores locales, organizadores de ferias y consumidores interesados en productos de emprendimientos.

Para el desarrollo del proyecto se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas mediante herramientas de Design Thinking y Lean Startup, colocando al usuario como eje principal del proceso de innovación. Se emplearon herramientas como el arquetipo de usuario, mapa de empatía, mapa de actores, mapa de trayectoria, brainstorming, matriz de diferenciación y relevancia, SCAMPER, ruta de conceptualización, propuesta de valor y Business Model Canvas, las cuales permitieron comprender las necesidades del mercado, definir el concepto innovador y plantear un modelo de negocio sostenible.

La solución innovadora consiste en FeriaConnect, una plataforma web que centraliza la información de las ferias de emprendimiento en un solo lugar mediante un mapa interactivo, un

calendario de eventos y un buscador con filtros por categoría y ubicación, facilitando el acceso a información actualizada tanto para emprendedores como para consumidores. La propuesta promueve la visibilidad de los emprendimientos locales, fortalece su promoción digital y contribuye al desarrollo económico mediante una solución tecnológica de fácil acceso.

Para la experimentación se desarrollaron un prototipo de baja fidelidad, representado mediante wireframes para validar la estructura y navegación de la plataforma, y un prototipo de alta fidelidad, elaborado con interfaces visuales que simulan la experiencia final del usuario. Ambos prototipos fueron evaluados mediante encuestas virtuales aplicadas a potenciales usuarios. Los resultados evidenciaron una alta aceptación de la propuesta: el 100 % consideró útil contar con una plataforma que centralice la información de ferias, el 73.8 % calificó la propuesta con un nivel de satisfacción de 4 o 5 sobre 5 y el 88.1 % manifestó que utilizará FeriaConnect para buscar ferias de emprendimiento, validando así la hipótesis planteada.

Se concluye que FeriaConnect responde a una necesidad real del mercado al facilitar el descubrimiento de ferias de emprendimiento mediante una plataforma centralizada, mejorando la visibilidad de los emprendedores y la experiencia de los usuarios. Se recomienda continuar con el desarrollo funcional de la plataforma, establecer alianzas con organizadores de ferias para mantener la información actualizada e incorporar nuevas funcionalidades que fortalezcan la experiencia del usuario en futuras versiones.

### 1.3. Contextualización del Problema

El presente proyecto se desarrolla en el contexto de los emprendimientos locales en Lima, donde en los últimos años se ha evidenciado un crecimiento significativo de iniciativas comerciales

impulsadas principalmente por jóvenes. Estos emprendimientos, en su mayoría de pequeña escala, utilizan redes sociales como principal canal de difusión y participan en ferias presenciales como estrategia para visibilizar y comercializar sus productos.

Sin embargo, a pesar de la relevancia de estos eventos, la información sobre su realización se encuentra dispersa en diversas plataformas digitales, principalmente redes sociales, historias temporales y publicaciones no centralizadas. Esta fragmentación dificulta que tanto emprendedores como potenciales asistentes accedan de manera oportuna y clara a datos relevantes como fechas, ubicación, temática o participación de marcas. Asimismo, la saturación de contenido en redes sociales reduce la visibilidad de muchos emprendimientos (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2019).

En este contexto, resulta relevante abordar esta problemática, ya que impacta directamente en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor local y en la dinamización de la economía urbana. Mejorar el acceso y organización de la información sobre ferias, permitiría optimizar la conexión entre emprendedores y consumidores, contribuyendo al desarrollo económico y cultural de la ciudad (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020; UNESCO, 2013).

En consecuencia, la falta de un sistema organizado y accesible para la difusión de ferias de emprendimientos representa una limitación significativa dentro del entorno digital actual, lo que evidencia la necesidad de desarrollar soluciones que faciliten el acceso a la información, mejoran la visibilidad de los emprendimientos y fortalezcan la interacción entre los distintos actores del ecosistema.

## 2. Descripción de la Innovación

### 2.1. Planteamiento del Problema

En el contexto actual de los emprendimientos locales en Lima, se evidencia un crecimiento sostenido de pequeñas iniciativas comerciales impulsadas principalmente por jóvenes, las cuales dependen en gran medida de redes sociales y ferias presenciales como principales canales de difusión y comercialización. Sin embargo, este crecimiento no ha estado acompañado de herramientas estructuradas que faciliten su visibilidad en un entorno digital caracterizado por la alta saturación de información.

En este sentido, la difusión de ferias de emprendimientos se realiza de manera fragmentada y desorganizada a través de plataformas digitales, lo que dificulta el acceso a información clara, oportuna y centralizada por parte de los consumidores. Esta situación limita el descubrimiento de eventos y reduce las oportunidades de interacción entre emprendedores y su público objetivo.

Entre las principales causas de esta problemática se encuentran la ausencia de una plataforma especializada que concentre la información de ferias, la dependencia de algoritmos en redes sociales que restringen el alcance de las publicaciones y las limitadas herramientas de promoción de los emprendimientos emergentes. Asimismo, la sobrecarga de contenido digital dificulta el posicionamiento de nuevas marcas en el mercado.

Como consecuencia, se genera una baja visibilidad de los emprendimientos, lo que impacta negativamente en sus niveles de venta, crecimiento y sostenibilidad. Esto, a su vez, limita el desarrollo del ecosistema emprendedor y el aprovechamiento del consumo local, afectando la economía creativa (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2019).

En este contexto, la problemática se vincula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente con el ODS 8, orientado a promover el crecimiento económico sostenido y el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Por lo tanto, la falta de un sistema centralizado y eficiente para la difusión de ferias de emprendimientos evidencia la necesidad de desarrollar soluciones innovadoras que mejoren la visibilidad y fortalezcan la conexión entre emprendedores y consumidores.

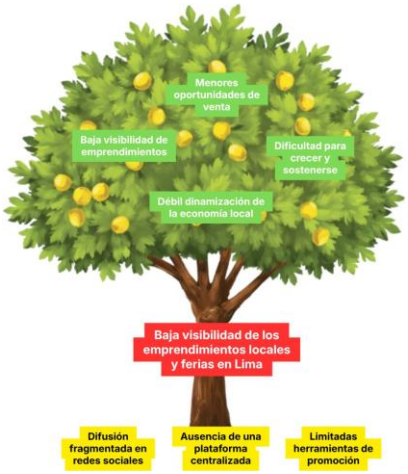


**Figura 1: Árbol de análisis de problemas**

## 2.2. Población Beneficiaria

Con el fin de comprender las relaciones e interacciones entre los diferentes participantes involucrados en la problemática, se elabora el mapa de actores del presente proyecto

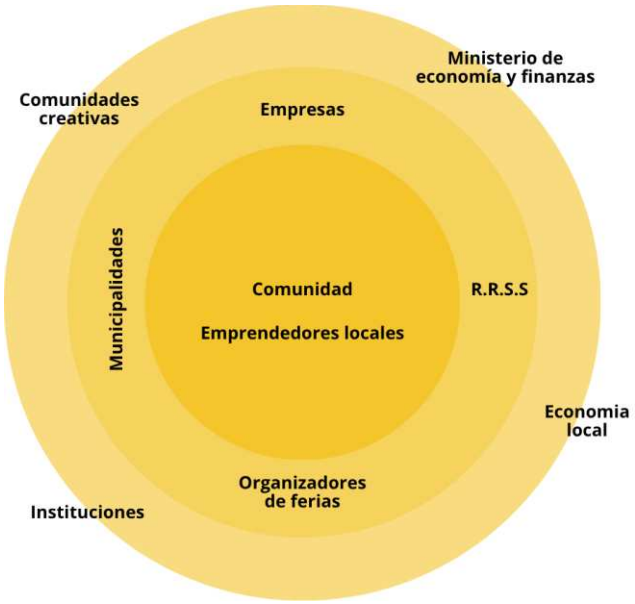


**Figura 2: Mapa de actores**

### 2.2.1. Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos del proyecto están conformados, en primer lugar, por los emprendedores locales, quienes desarrollan pequeñas y medianas iniciativas comerciales y utilizan las ferias como uno de sus principales canales de venta y promoción. Estos emprendimientos, pertenecientes a rubros como moda, accesorios, arte y productos personalizados, se caracterizan por el uso intensivo de redes sociales, la limitada disponibilidad de herramientas formales de difusión y su dependencia de espacios presenciales para generar visibilidad e ingresos, lo cual representa un desafío para su crecimiento y sostenibilidad (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2019).

En segundo lugar, se encuentran los consumidores, principalmente jóvenes y adultos jóvenes, interesados en productos locales y diferenciados, quienes suelen ser activos en entornos digitales,

pero enfrentan dificultades para acceder a información organizada sobre ferias, lo que limita el descubrimiento de nuevas propuestas comerciales (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020). En este contexto, el proyecto busca impactar directamente en ambos grupos al mejorar la visibilidad de los emprendimientos, facilitar el acceso a información centralizada y optimizar la conexión entre la oferta y la demanda.

### 2.2.2. Beneficiarios Indirectos

De manera complementaria, el proyecto impacta indirectamente a otros actores del ecosistema emprendedor. Por un lado, los organizadores de ferias podrán mejorar la difusión de sus eventos al contar con un canal más estructurado y accesible, lo que incrementa la asistencia y el alcance de sus convocatorias. Por otro lado, las comunidades creativas se verán fortalecidas al generarse mayores oportunidades de interacción, colaboración y visibilidad entre emprendimientos.

Asimismo, el proyecto contribuye a la dinamización de la economía local, al facilitar el acceso de los consumidores a espacios donde se promueven productos de origen local. Esta mejora en la conexión entre oferta y demanda permite potenciar las oportunidades comerciales de los pequeños emprendimientos, favoreciendo su sostenibilidad y crecimiento dentro de un mercado cada vez más competitivo. En conjunto, estos efectos aportan al desarrollo económico y cultural de la ciudad, en línea con enfoques de sostenibilidad promovidos por organismos internacionales (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2013).

## 2.3. Objetivos del Proyecto

### 2.3.1 Objetivo general

Diseñar una plataforma digital que mejore la visibilidad de los emprendimientos locales mediante la centralización y difusión estratégica de ferias, con el fin de fortalecer la conexión entre emprendedores y consumidores en Lima.

### 2.3.2 Objetivo específico

- Analizar las limitaciones de visibilidad de los emprendimientos locales y las necesidades de los usuarios (emprendedores y consumidores) en relación con el descubrimiento de ferias.
- Evaluar las estrategias actuales de difusión de ferias y emprendimientos, considerando sus alcances y limitaciones.
- Diseñar una propuesta de solución digital que centralice la información de ferias y optimice su accesibilidad.
- Proponer herramientas que permitan mejorar la visibilidad y promoción de los emprendimientos.

## 2.4. Marco Referencial

En los últimos años, la digitalización ha transformado la manera en que los emprendimientos se promocionan y se relacionan con sus consumidores. En América Latina, muchas pequeñas empresas dependen principalmente de redes sociales para difundir sus productos y servicios, lo que evidencia una alta adopción de herramientas digitales dentro del ecosistema emprendedor

(Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020). Este proceso refleja cómo la transformación digital ha permitido ampliar el alcance de los emprendimientos, facilitando su acceso a nuevos mercados y fortaleciendo su presencia en entornos virtuales. Sin embargo, este escenario también plantea nuevos desafíos en términos de visibilidad y competitividad.

No obstante, esta dependencia también presenta limitaciones importantes, ya que la saturación de contenido y la falta de organización de la información dificultan el posicionamiento de nuevos emprendimientos y reducen sus oportunidades de visibilidad. Esta situación afecta directamente el crecimiento y sostenibilidad de las pequeñas empresas, que constituyen un componente clave en la economía (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2019). En este sentido, la alta competencia en entornos digitales evidencia la necesidad de implementar estrategias y herramientas que permitan optimizar la visibilidad de los emprendimientos emergentes.

En esta misma línea, diversos estudios sobre el entorno digital en la región destacan que, si bien el uso de plataformas digitales se ha masificado, aún existen brechas en la gestión eficiente de la información y en la capacidad de los emprendimientos para diferenciarse dentro del mercado (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], CAF & European Commission, 2020). Esto pone en evidencia que la digitalización, por sí sola, no garantiza el éxito de los emprendimientos, sino que debe ir acompañada de soluciones estructuradas que faciliten la organización, difusión y acceso a la información.

A partir de lo anterior, se puede afirmar que el principal desafío no radica únicamente en la presencia digital de los emprendimientos, sino en la forma en que estos logran ser visibles y accesibles dentro de un entorno altamente competitivo. En este contexto, resulta fundamental desarrollar propuestas innovadoras que permitan optimizar la conexión entre emprendedores y consumidores, facilitando el descubrimiento de oportunidades comerciales.

Por otro lado, si bien existen plataformas digitales orientadas a la difusión de eventos, muchas de ellas no están especializadas en ferias de emprendimientos ni responden a las necesidades específicas de este tipo de usuarios. Esto evidencia una oportunidad para el desarrollo de soluciones innovadoras que faciliten el descubrimiento de eventos y mejoren la conexión entre emprendedores y consumidores.

En este contexto, el proyecto se alinea con el enfoque de economía creativa, el cual reconoce a los emprendimientos culturales y creativos como motores de desarrollo económico y social. Según la UNESCO (2013), fortalecer estos sectores contribuye al crecimiento sostenible y a la generación de oportunidades dentro de las comunidades.

En conjunto, los aportes de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), la Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2019), así como el informe conjunto de la OECD, CEPAL, CAF y la Comisión Europea (2020), y el enfoque de economía creativa propuesto por la UNESCO (2013), permiten comprender que, si bien la digitalización ha ampliado las oportunidades para los emprendimientos, aún persisten limitaciones estructurales relacionadas con la visibilidad, organización de la información y acceso a mercados. En este sentido, se evidencia la necesidad de desarrollar soluciones

innovadoras que integren estos elementos y contribuyan al fortalecimiento del ecosistema emprendedor, en línea con los desafíos actuales del entorno digital.

## 2.5. Proceso creativo y experimentos

### 2.5.1 Información sobre el usuario

El arquetipo de usuario corresponde a Valeria, una emprendedora de 28 años ubicada en Lima, dedicada a la venta de ropa y productos de moda. Su emprendimiento es de pequeña escala y se caracteriza por el uso intensivo de redes sociales, principalmente Instagram y TikTok, como principales canales de difusión y promoción. Asimismo, participa en ferias de emprendimiento como una estrategia clave para generar visibilidad, captar nuevos clientes y posicionar su marca en el mercado. No obstante, enfrenta diversas limitaciones, como la baja visibilidad en entornos digitales saturados, la dificultad para acceder a información clara y organizada sobre ferias, y la dependencia de algoritmos que restringen el alcance de sus publicaciones, lo que impacta en sus oportunidades de crecimiento y sostenibilidad.

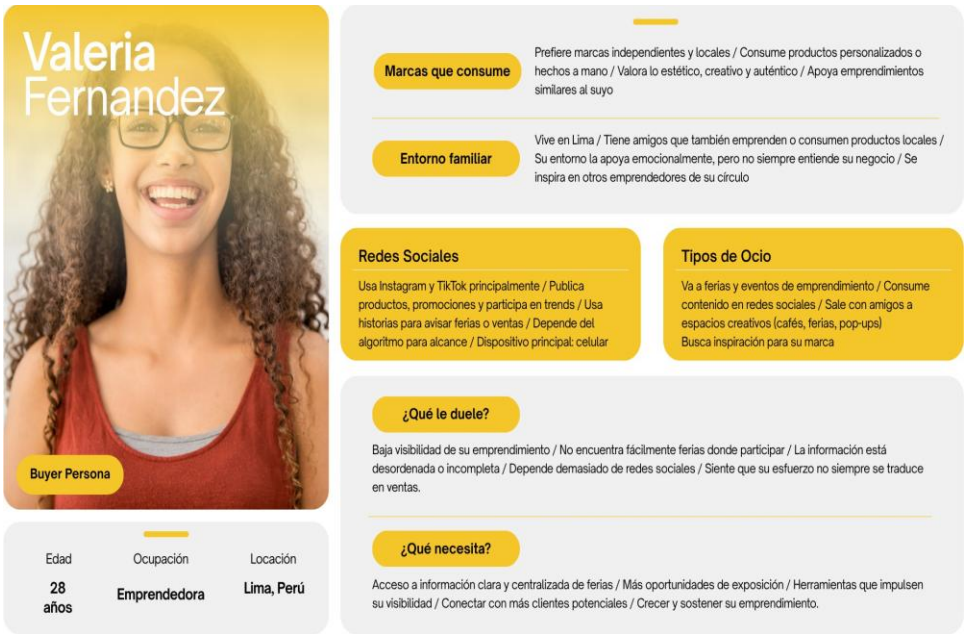


**Figura 3: Arquetipo usuario**

El análisis del mapa de empatía evidencia que Valeria se encuentra motivada por el crecimiento y consolidación de su emprendimiento, al cual percibe como un proyecto personal significativo. Sin embargo, experimenta frustración ante la baja visibilidad de su marca y la dificultad para destacar en un entorno digital altamente competitivo. En su entorno, percibe una gran cantidad de marcas similares y una sobrecarga de información en redes sociales, lo que dificulta el descubrimiento de oportunidades relevantes. A nivel de comportamiento, mantiene una participación activa en plataformas digitales y ferias, buscando constantemente espacios para promocionar sus productos y generar ventas. No obstante, enfrenta barreras como la desorganización de la información, la dependencia de algoritmos y la limitada accesibilidad a eventos adecuados. En este contexto, sus principales necesidades se centran en acceder a información clara y centralizada sobre ferias, mejorar su visibilidad y fortalecer la conexión con potenciales clientes, con el objetivo de lograr un crecimiento sostenible de su emprendimiento.




**Figura 4: Mapa de empatía**

A partir del arquetipo de usuario y el mapa de empatía, identificamos tres insights clave. Entre ellos, destaca como insight principal: "La información sobre ferias sí existe; sin embargo, se encuentra fragmentada y desorganizada, lo que dificulta su acceso y limita el aprovechamiento tanto para emprendedores como para consumidores."

### 2.5.2 Información sobre el mercado

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta virtual, se identificó que la mayoría de los participantes pertenece al rango de 18 a 24 años, representando el 66.7% de los encuestados, seguido por el grupo de 25 a 34 años con un 25%. Esto evidencia que el público objetivo se encuentra conformado principalmente por jóvenes y adultos jóvenes vinculados al entorno digital y al consumo de emprendimientos locales.

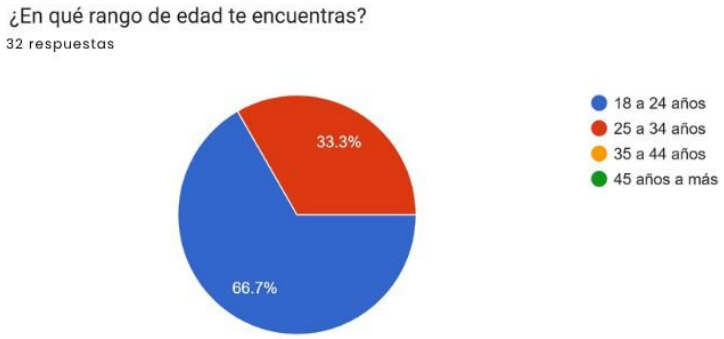


**Figura 5: Público Objetivo**

Asimismo, respecto a la frecuencia de asistencia a ferias de emprendimientos, el 50% indicó participar ocasionalmente, mientras que un 25% señaló hacerlo frecuentemente. Estos resultados reflejan el interés existente por este tipo de eventos y la relevancia que tienen dentro de las actividades de consumo y entretenimiento de los usuarios.

En relación con los medios utilizados para descubrir ferias de emprendimientos, el 75% de los encuestados afirmó enterarse principalmente a través de Instagram, lo que demuestra la fuerte dependencia de las redes sociales para la difusión de este tipo de eventos. Sin embargo, esta situación también evidencia una alta concentración de información en plataformas digitales no especializadas.

Por otro lado, el 75% de los participantes considera que la información sobre ferias no se encuentra organizada ni es fácil de encontrar, mientras que un 16.7% respondió que solo algunas veces logra acceder fácilmente a ella. Esto confirma la problemática relacionada con la dispersión y desorganización de la información.

Del mismo modo, las principales dificultades identificadas al buscar información sobre ferias fueron la falta de difusión y las publicaciones desordenadas, ambas con un 41.7%, seguidas de la información incompleta con un 16.7%. Estos resultados reflejan las limitaciones que enfrentan los usuarios al intentar acceder a información clara y centralizada.




**Figura 6: Dificultades encontradas**

En cuanto a la propuesta planteada, el 100% de los encuestados afirmó que le gustaría contar con una plataforma web que centralice información sobre ferias de emprendimientos, evidenciando una alta aceptación e interés hacia la solución propuesta.

Respecto a las funciones más valoradas dentro de una posible plataforma, el 75% consideró más útil la incorporación de un calendario de eventos, mientras que el 16.7% señaló la importancia de un mapa interactivo y un 8.3% destacó las categorías de búsqueda. Esto demuestra la necesidad de herramientas que faciliten el acceso organizado a la información.

Asimismo, el 91.7% de los participantes indicó que estaría dispuesto a utilizar una plataforma digital para descubrir nuevas ferias y emprendimientos, lo cual valida el potencial de uso y aceptación del proyecto dentro del público objetivo.

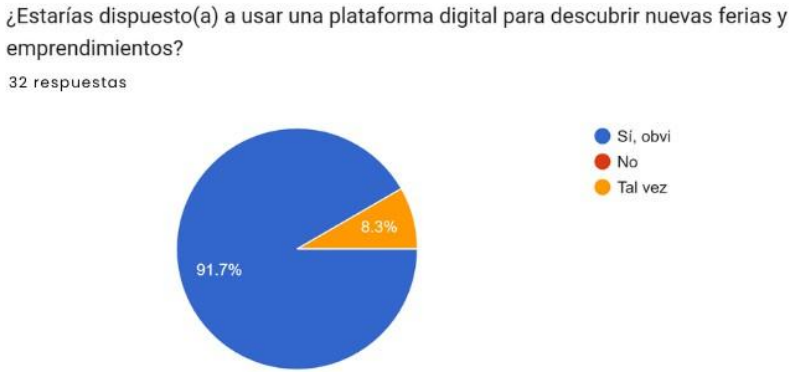


**Figura 7: Aceptación de solución**

Finalmente, al consultar sobre el nivel de necesidad de una plataforma que centraliza información sobre ferias de emprendimientos, la mayoría de los encuestados calificó esta propuesta con valores altos dentro de la escala, predominando las opciones 4 y 5. Esto evidencia que los usuarios consideran necesaria una solución digital que optimice el acceso a información relacionada con ferias y emprendimientos locales.

En conjunto, los resultados obtenidos evidencian la necesidad de implementar una solución digital que optimice el acceso a información sobre ferias de emprendimientos. La encuesta completa podrá visualizarse en el Anexo 1.

### 2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

A partir del análisis del problema, el arquetipo de usuario, el mapa de empatía y los insights identificados, se desarrolló la ruta de conceptualización del proyecto, herramienta que permitió estructurar y definir la idea de solución de manera progresiva.

En este proceso, se identificó que la idea corresponde a una plataforma web orientada a la difusión y organización de ferias de emprendimientos. Asimismo, se establecieron características como la centralización de información, el uso de categorías, filtros de búsqueda, localización y calendario de eventos, elementos orientados a mejorar la experiencia de los usuarios.

De igual manera, se determinó como principal diferencial la especialización exclusiva en ferias de emprendimientos, debido a que actualmente la información suele encontrarse dispersa en redes sociales y plataformas no especializadas. Finalmente, la ruta de conceptualización permitió consolidar el concepto del proyecto como una solución digital enfocada en facilitar la conexión entre emprendedores y consumidores dentro del ecosistema emprendedor local.




**Figura 8: Conceptualización**

Posteriormente, se desarrolló la propuesta de valor a partir del análisis de las necesidades, frustraciones y beneficios identificados en los usuarios. Para ello, se consideraron las principales dificultades relacionadas con la dispersión de información sobre ferias de emprendimientos, la baja visibilidad de los negocios y la dificultad para acceder rápidamente a eventos relevantes.

En este sentido, se identificó que los usuarios buscan encontrar ferias de manera rápida y organizada, acceder a información clara y descubrir nuevas oportunidades comerciales. Frente a ello, se planteó una plataforma web que centraliza información en un solo espacio digital mediante herramientas como filtros personalizados, calendario de eventos y mapa interactivo.

Asimismo, la propuesta busca reducir las dificultades generadas por la saturación de contenido en redes sociales y mejorar la conexión entre emprendedores y consumidores. De esta manera, la propuesta de valor responde directamente a las necesidades identificadas en el público objetivo y fortalece la experiencia de búsqueda y difusión de ferias de emprendimientos.




**Figura 9: Propuesta de valor**

### 2.5.4 Diseño de producto/servicio

La propuesta consiste en el desarrollo de una plataforma web especializada en la difusión de ferias de emprendimientos en Lima, cuyo objetivo es centralizar información que actualmente se encuentra dispersa en redes sociales y diferentes medios digitales. La plataforma permitirá que emprendedores y consumidores accedan de manera rápida y organizada a información relevante sobre eventos, como fechas, ubicación, categorías y detalles de las ferias. Asimismo, brindará a los organizadores la posibilidad de publicar sus eventos para mejorar su alcance y visibilidad dentro del ecosistema emprendedor local.

En relación con sus características digitales, la plataforma contará con una interfaz intuitiva y de fácil navegación, diseñada para facilitar la experiencia del usuario. Entre sus principales herramientas se incluirán un sistema de búsqueda por categorías, filtros personalizados, un mapa interactivo para visualizar ferias cercanas y un calendario de eventos actualizado. Además, cada

feria contará con información detallada sobre ubicación, horario y descripción del evento. La plataforma también será adaptable a celulares y computadoras, permitiendo un acceso más práctico y dinámico.

Respecto a la mecánica del servicio, el usuario podrá ingresar a la página web y visualizar las ferias destacadas y próximas fechas disponibles. Posteriormente, podrá utilizar filtros de búsqueda o el mapa interactivo para encontrar eventos según sus intereses, ubicación o categoría. Al seleccionar una feria, accede a información detallada del evento. Por otro lado, los emprendedores y organizadores tendrán la posibilidad de registrar y publicar sus ferias mediante formularios digitales dentro de la plataforma.

La propuesta se diferencia de otras soluciones digitales debido a que está enfocada exclusivamente en ferias de emprendimientos, centralizando información que actualmente se encuentra fragmentada en redes sociales. Asimismo, incorpora herramientas como mapa interactivo, calendario de eventos y filtros personalizados, elementos que facilitan el descubrimiento de ferias y optimizan la visibilidad de los emprendimientos locales.

En cuanto al triple balance, la propuesta genera un impacto social al fortalecer la conexión entre emprendedores y consumidores, promoviendo espacios de interacción y difusión para pequeños negocios locales. A nivel ambiental, contribuye a reducir el uso de materiales impresos para publicidad, promoviendo una comunicación digital más sostenible. Finalmente, en el aspecto económico, busca incrementar la visibilidad de los emprendimientos y potenciar sus oportunidades de venta, contribuyendo al desarrollo del comercio local y al fortalecimiento del ecosistema emprendedor.

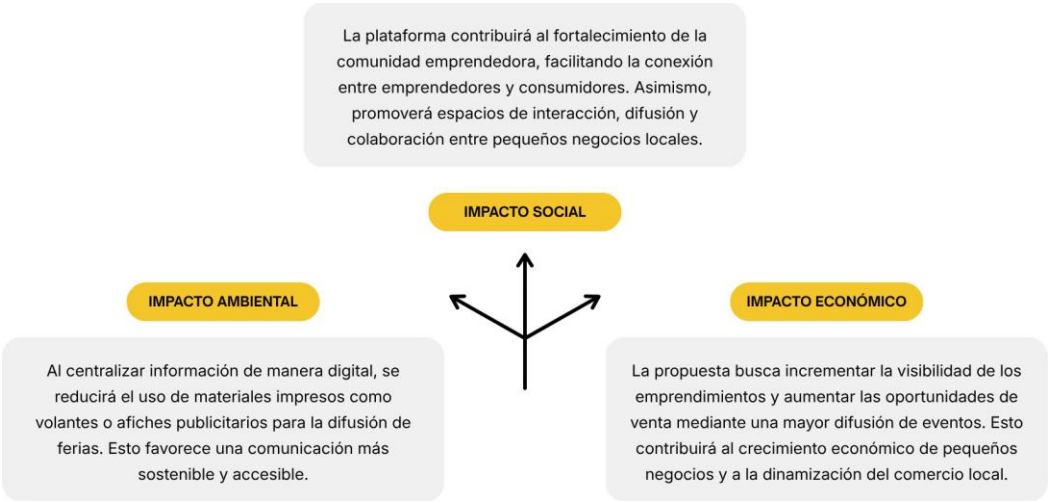


**Figura 10: Triple Balance**

### 2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de FeriaConnect se basa en una plataforma web que centraliza y organiza información sobre ferias de emprendimiento, permitiendo conectar a emprendedores, organizadores de eventos y consumidores en un mismo entorno digital. La propuesta genera valor al facilitar el acceso a información actualizada mediante herramientas como categorías, filtros de búsqueda, mapa interactivo y calendario de eventos.

La forma de comercialización contempla la publicación de ferias por parte de organizadores y emprendedores, así como la posibilidad de ofrecer espacios destacados dentro de la plataforma para incrementar la visibilidad de determinados eventos. Asimismo, se consideran futuras oportunidades de monetización mediante membresías premium y alianzas estratégicas con organizaciones vinculadas al ecosistema emprendedor. De esta manera, FeriaConnect busca consolidarse como un canal especializado para la difusión y descubrimiento de ferias de emprendimiento.




**Figura 11: Modelo de Negocio**

### 2.5.6 Resultados esperados

Se espera que, una vez implementada la propuesta, los usuarios puedan acceder de manera rápida, organizada y centralizada a información sobre ferias de emprendimiento. Esto permitirá reducir la dependencia de publicaciones dispersas en redes sociales y mejorar el descubrimiento de eventos relevantes para emprendedores y consumidores.

Asimismo, se proyecta un incremento en la visibilidad de los emprendimientos locales, una mayor asistencia a ferias y una mejor conexión entre la oferta y la demanda. Como resultado, la plataforma contribuirá al fortalecimiento del ecosistema emprendedor, facilitando oportunidades de difusión, comercialización y crecimiento para los negocios participantes.

### 2.5.7 Prototipo Desarrollados

**Baja definición**

Como primera etapa del proceso de diseño, se desarrolló un prototipo de baja definición mediante wireframes en blanco y negro, con el objetivo de representar la estructura general de la plataforma y la distribución inicial de sus elementos. Este prototipo permite visualizar de manera sencilla la arquitectura de la información y la navegación entre las principales secciones del sitio web.

Las pantallas diseñadas incluyeron la página de inicio, el listado de ferias, el mapa interactivo, el calendario de eventos y el formulario para la publicación de ferias. A través de este prototipo fue posible evaluar la organización de los contenidos, la ubicación de las herramientas principales y la facilidad de navegación para los usuarios. Asimismo, permitió identificar oportunidades de mejora antes de invertir tiempo en aspectos visuales y de diseño más avanzados.

El principal objetivo de esta etapa fue validar que la estructura de la plataforma respondiera a las necesidades detectadas durante la investigación, garantizando que los usuarios pudieran acceder fácilmente a la información y encontrar las funcionalidades más relevantes del servicio.

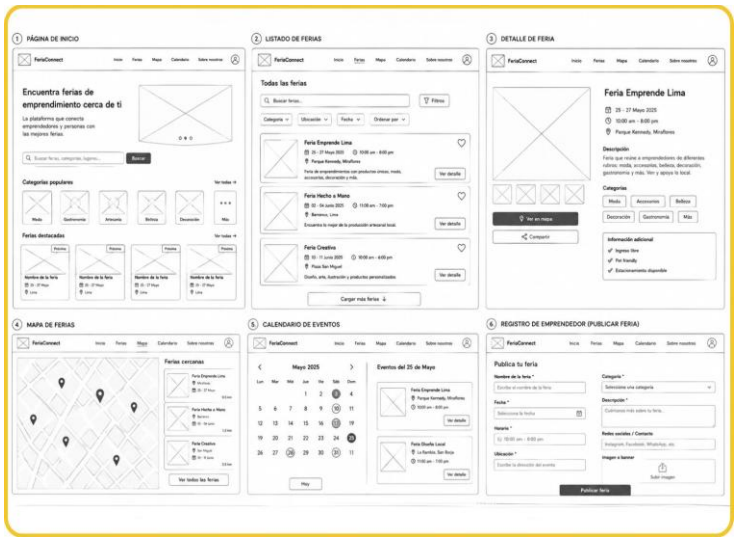


**Figura 12: Baja definición**

## Alta definición

Posteriormente, se desarrolló un prototipo de alta definición con el propósito de representar una versión más cercana al producto final. En esta etapa se incorporaron elementos visuales como colores, tipografía, imágenes, iconografía y componentes interactivos, permitiendo simular de manera más realista la experiencia de uso de la plataforma.

El diseño se centró en las funcionalidades más valoradas por los usuarios durante la fase de investigación y validación, destacando el mapa interactivo para ubicar ferias cercanas, el calendario de eventos para visualizar actividades programadas y el sistema de búsqueda con filtros por categoría y ubicación. Además, se diseñó una interfaz intuitiva y moderna orientada a facilitar la navegación tanto para consumidores como para emprendedores.

A diferencia del prototipo de baja definición, esta versión permitió evaluar aspectos relacionados con la experiencia de usuario, la accesibilidad visual y la percepción general de la propuesta.

Asimismo, facilitó la comunicación de la idea a potenciales usuarios y permitió visualizar con mayor claridad el funcionamiento integral de FeriaConnect antes de su posible implementación.




**Figura 13: Alta definición**

### 2.5.8 Experimentos

Con el propósito de evaluar la aceptación y usabilidad del prototipo de FeriaConnect, se realizó una segunda encuesta virtual a 42 participantes, quienes interactuaron con la propuesta antes de responder el cuestionario.

Los resultados evidenciaron una percepción positiva respecto al funcionamiento de la plataforma. El 71.4% de los participantes indicó que comprender el funcionamiento general de FeriaConnect fue fácil o muy fácil, mientras que solo un 4.8% manifestó haber encontrado dificultades para entender su uso.

En cuanto a la organización de la información, el 64.3% consideró que la página de inicio presenta la información de forma clara y organizada, mientras que el 35.7% señaló que esto se cumple parcialmente. Asimismo, el 83.3% indicó que la estructura y navegación de la plataforma son completamente intuitivas o lo son en gran parte, evidenciando una experiencia de usuario favorable.

Respecto a las principales funcionalidades, el 90.5% calificó como útil o muy útil la incorporación de un mapa interactivo para ubicar ferias de emprendimiento, mientras que el mismo porcentaje consideró útil o muy útil el calendario de eventos para planificar su asistencia. Estos resultados confirman que ambas herramientas responden a necesidades reales identificadas durante la investigación.

Al consultar cuál era la funcionalidad más importante de la plataforma, el 40.5% de los encuestados eligió el calendario de eventos, seguido por la página de inicio con ferias destacadas (23.8%), el mapa interactivo (23.8%) y el buscador de ferias (11.9%), lo que demuestra que los usuarios priorizan acceder a información organizada y actualizada.

En relación con la intención de uso, el 73.8% manifestó que definitivamente utilizaría o probablemente utilizaría una plataforma como FeriaConnect para buscar ferias de emprendimiento, mientras que únicamente un 2.4% indicó que probablemente no la usaría. De

igual forma, el 59.5% afirmó que recomendaría la plataforma a otras personas, y un 38.1% señaló que probablemente lo haría.

Finalmente, al evaluar el nivel de satisfacción general, la mayoría de los participantes otorgó una calificación de 4 sobre 5 (59.5%), seguida de una valoración de 5 sobre 5 (19%), reflejando una percepción positiva del prototipo. Además, las respuestas abiertas permitieron identificar oportunidades de mejora, entre ellas la incorporación de notificaciones, historial de ferias, sistema de favoritos, integración con redes sociales, traducción automática y programas de fidelización.

En conjunto, los resultados obtenidos permitieron validar la propuesta de FeriaConnect, evidenciando que la plataforma resulta comprensible, útil y atractiva para los potenciales usuarios. Asimismo, la retroalimentación recopilada permitió identificar funcionalidades adicionales que podrán considerarse en futuras versiones del proyecto.

## 3. Estimación de costos

Con la finalidad de determinar los recursos necesarios para la implementación de FeriaConnect, se elaboró una cotización referencial que contempla las actividades principales requeridas para el desarrollo de la página web. El presupuesto considera las etapas de planificación, diseño de interfaz, desarrollo web, implementación de las funcionalidades principales, pruebas y servicios necesarios para la publicación del sitio.

La estimación fue realizada considerando únicamente las características esenciales del producto mínimo viable (MVP), priorizando aquellas funcionalidades que aportan mayor valor a los usuarios, como el mapa interactivo y el calendario de eventos. Asimismo, se excluyeron

herramientas complementarias que no forman parte de la propuesta inicial y que podrían incorporarse en futuras etapas de desarrollo.

| Actividades | Hora | Costo por hora | Costo |
|---|---|---|---|
| Brief e investigación | 5 | 25 | 125 |
| Wireframe / Mockup Responsive | 35 | 25 | 875 |
| Desarrollo Web (Front-End y Back-End) | 100 | 25 | 2,5 |
| Implementación de mapa interactivo | 15 | 25 | 375 |
| Implementación de calendario de eventos | 10 | 25 | 250 |
| Base de datos de ferias y emprendimientos | 30 | 25 | 750 |
| Pruebas y optimización | - | - | 500 |
| Dominio web (.com) | - | - | 100 |
| Hosting | - | - | 150 |
| **TOTAL** | **195** | | **S/ 5,625** |

**Tabla 1: Costos**

De acuerdo con la estimación realizada, el costo total para el desarrollo de FeriaConnect asciende a S/ 5,625, monto que incluye las actividades de diseño, desarrollo, pruebas y servicios de alojamiento web. Este presupuesto representa una inversión referencial para la implementación de la plataforma y permite evidenciar la viabilidad técnica y económica de la propuesta.

## 4. Conclusiones y recomendaciones

En conclusión, el desarrollo de FeriaConnect permitió identificar la necesidad de contar con una plataforma que centralice la información sobre ferias de emprendimiento, facilitando el acceso a eventos tanto para emprendedores como para consumidores. Las entrevistas, encuestas y validaciones realizadas demostraron que la propuesta responde a una problemática real y presenta una alta aceptación por parte de los potenciales usuarios. Asimismo, las funcionalidades principales, como el mapa interactivo y el calendario de eventos, fueron valoradas positivamente, lo que confirma la viabilidad de la propuesta y su potencial para mejorar la difusión de los emprendimientos locales y fortalecer la conexión entre emprendedores y consumidores.

Como recomendación, se propone continuar con el desarrollo de una versión funcional de la plataforma que permita realizar pruebas con usuarios reales e incorporar progresivamente las mejoras identificadas durante el proceso de validación, como un sistema de notificaciones y favoritos. Asimismo, se recomienda establecer indicadores de seguimiento, como el número de usuarios registrados, ferias publicadas y el nivel de satisfacción de los usuarios, con el fin de evaluar el desempeño de la plataforma y orientar futuras mejoras.

## 5. Referencias Bibliográficas


Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *La transformación digital en América Latina*. https://www.cepal.org/e

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019). S*ME and entrepreneurship outlook 2019.* https://www.oecd.org

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CAF & European Commission. (2020). Latin American economic outlook 2020: Digital transformation for building back better.* https://www.oecd.org/es/publications/perspectivas-economicas-de-america-latina-2020_f2fdced2-es.html

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2013). *Creative economy report 2013: Widening local development pathways.* https://unesdoc.unesco.org

# 6. Anexos

## 6.1. Anexo 1 - Encuesta de estudio de mercado

Con el objetivo de conocer la problemática relacionada con la difusión de las ferias de emprendimiento y comprender las necesidades de los potenciales usuarios, se aplicó una encuesta virtual dirigida a emprendedores y consumidores interesados en este tipo de eventos. La información recopilada permitió validar la existencia del problema, identificar los hábitos de búsqueda de ferias y conocer el interés por una plataforma que centralice esta información. Los resultados obtenidos sirvieron como base para el desarrollo de la propuesta de innovación FeriaConnect.

**Formulario de la encuesta:**

https://forms.gle/c6sUVpCB7GrvmnrB8

**Resultados de la encuesta:**

Encuesta de estudio de mercado

## 6.1. Anexo 2 - Encuesta de validación del prototipo

Con la finalidad de evaluar la aceptación y usabilidad del prototipo de FeriaConnect, se aplicó una segunda encuesta virtual a potenciales usuarios, quienes previamente visualizaron e interactuaron con el prototipo desarrollado. Esta evaluación permitió conocer el nivel de comprensión de la plataforma, la utilidad de sus funcionalidades principales y la intención de uso por parte de los participantes. Asimismo, se recopilaron sugerencias de mejora que contribuyen al perfeccionamiento de la propuesta antes de una futura implementación.

**Formulario de la encuesta:**

https://forms.gle/ekf7BdyUtvngMxNk8

**Resultados de la encuesta:**

Encuesta de validación del prototipo