ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Ruta Artesana: Servicio digital para fortalecer la visibilidad de los artesanos textiles de Cieneguilla.

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

PRESENTADO POR

Nicolas Antonio Rojas Ostos
DNI: 72875533, Perú
ORCID: 0009-0006-6658-1540

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

PRESENTADO POR

Manuel Alejandro Uriarte Bullon
DNI: 72773057, Perú
ORCID: 0000-0001-6004-2964

ASESORES

Palomino Nolasco Elizabeth Fabiola
DNI: 47052640, Perú
ORCID: 0009-0001-9390-2980

Marysol Kelly López Chávez
DNI: 49532533, Perú
ORCID: 0009-0007-6654-8721

JURADO

Cesar Efrain Rojas Gordillo
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Jasmine Erika Mora Sifuentes

Lima, Setiembre 2026

Informe-2019003488-2020007238-Rojas-Uriarte.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:620920613

Fecha de entrega
6 sep 2026, 12:21 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
6 sep 2026, 12:23 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-2019003488-2020007238-Rojas-Uriarte.pdf

Tamaño del archivo
18.0 MB

31 páginas

4891 palabras

27.340 caracteres

15% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
14%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

A mis padres, mi hermano y mi fiel amigo Otto. Por su respaldo e inspiración a lo largo de este viaje. Gracias por permitirme cumplir mis metas y culminar con éxito esta etapa de mi carrera. Este triunfo también es suyo, los amo.

Manuel

A mi padre y a mi hermano, por su apoyo, y por acompañarme en cada paso de mi formación personal. Y especialmente a mi madre, que me acompaña desde arriba, aunque te fuiste pronto, tu amor y tu recuerdo han sido mi inspiración.

Nicolás

Agradecimiento (Manuel)

A mi familia, por su apoyo constante y por ser pilar fundamental que me impulsó a superar cada reto en este camino.

A mis docentes, por sus enseñanzas, guía y por brindarnos siempre la libertad creativa para descubrir no solo nuestro potencial como comunicadores, sino también la clase de personas que queremos ser.

A mis amigos del instituto. aquellos que me acompañaron desde el primer ciclo y cuya llegada a mi vida fueron un regalo fundamental. Gracias por su amistad sincera, por hacerme sentir siempre parte de cada espacio y por su constante comprensión. Me llevo grabado cada instante compartido, así como el esfuerzo y la pasión en el rodaje de cada cortometraje, videoclip y proyecto que realizamos juntos.

Agradecimiento (Nicolás)

A Bobae, por tu apoyo incondicional a la distancia y por acompañarme durante este camino. Gracias por creer en mí incluso cuando yo tenía dudas, por motivarme a seguir adelante y por recordarme que era capaz de lograrlo.

Tu confianza y constante aliento hicieron una gran diferencia en este proceso. Gracias por estar siempre ahí.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

II. Descripción de la innovación 2

2.1 Investigar para diseñar 2

2.1.1 Actores del Proyecto 2

2.1.2 Contexto general 4

2.1.3 Problema y oportunidad 5

2.1.4 Reto de diseño 5

2.2 Diseñar para crear valor 6

2.2.1 Propuesta de valor 6

2.2.2 Solución 7

2.3 Diseñar el servicio 13

2.3.1 Blueprint del servicio 13

2.3.2 Artefacto(s) 15

2.3.3 Experimentos 16

III. Conclusiones y recomendaciones 21

IV. Referencias Bibliográficas 22

V. Anexos 23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: *Ficha del Arquetipo “María González”.* **4**
Figura 2: *Lienzo de Propuesta de Valor.* **7**
Figura 3: *Menú principal para artesanos y turistas.* **8**
Figura 4: *Vista general de la sección Turista.* **9**
Figura 5: *Cierre de negocio en WhatsApp.* **10**
Figura 6: *Galería y publicación de productos.* **11**
Figura 7: *Perfil de los artesanos inscritos.* **11**
Figura 8: *Inscripciones en eventos (ferias, capacitaciones, charlas).* **12**
Figura 9: *Uso del Chatbot en Ruta Artesana.* **13**
Figura 10: *Blueprint del servicio, puntos de contacto.* **14**
Figura 11: *Blueprint del servicio y actividades claves.* **15**
Figura 12: *Entrevistas a artesanos textiles.* **18**
Figura 13: *Sesión de validación del prototipo.* **18**
Figura 14: *Resultados de validación del prototipo digital.* **19**
Figura 15: *Elección entre artesano y turista* **21**

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Ruta Artesana: Servicio digital para fortalecer la visibilidad de los artesanos textiles de Cieneguilla.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de Innovación **Ruta Artesana: Servicio digital para fortalecer la visibilidad de los artesanos textiles de Cieneguilla** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas y busca resolver la escasa visibilidad comercial y las barreras de acceso tecnológicos que limitan las ventas de los emprendedores textiles ante el flujo turístico local, teniendo como población beneficiaria “a los emprendedores textiles del distrito de Cieneguilla.

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, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de la propuesta de valor consiste en un servicio integral y articulado que acompaña al artesano desde la atracción inicial hasta la venta y posventa, se trata de una experiencia digital e interactiva basada en afiches y flyers promocionales con código QR que conectan con la aplicación móvil **RUTA ARTESANA**, la cual guía al artesano mediante una guía rápida en texto y video, le permite gestionar un catálogo digital de productos y acceder a un panel de eventos locales, incorporando además un chatbot para la optimización continua de su perfil, impactando

positivamente en el ámbito social al reducir la brecha digital, en el económico al impulsar las ventas directas y en el ambiental al promover el turismo local responsable.

Para la experimentación se diseñaron prototipos interactivos de alta fidelidad del flujo completo de la aplicación móvil y material impreso promocional para realizar pruebas de usabilidad y entrevistas en profundidad virtuales vía Google Meet con cinco emprendedores textiles del distrito, donde se evaluó la facilidad para registrarse, subir contenido y navegar por las distintas secciones. Validación que confirmó una alta aceptación por la simplicidad de la interfaz y la utilidad del contacto directo por WhatsApp.

Se concluye que la solución propuesta democratizar el acceso a canales digitales para artesanos vulnerables a la brecha tecnológica, demostrando que una ruta de servicio guiada e intuitiva es clave para su adopción y se recomienda implementar el chatbot de soporte en vivo, monitorear el tráfico generado desde los afiches con QR e integrar de manera progresiva a nuevos rubros artesanales de Cieneguilla.

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

2.1.1. Actores del Proyecto

El proyecto está dirigido principalmente a emprendedores textiles de Cieneguilla que ofrecen productos, servicios y experiencias vinculadas con la identidad local, pero que presentan dificultades para alcanzar una mayor visibilidad frente a los visitantes. A partir de las entrevistas realizadas, se identificó que muchos de ellos dependen de ferias, temporadas festivas y del turismo ocasional para comercializar sus productos, Asimismo algunos cuentan con una presencia limitada en redes sociales y requieren apoyo para promocionar sus negocios y conectar con nuevos públicos. Tal como lo señala el análisis del MINCETUR (2024), la ausencia de vitrinas continuas de promoción y la brecha tecnológica condicional condicionan la exposición comercial de los

emprendedores locales fuera de los calendarios festivos, limitando la estabilidad de sus ingresos.

Dentro de los actores secundarios se encuentra la Municipalidad Distrital de Cieneguilla, debido a su capacidad para organizar ferias, actividades turísticas, convocatorias y espacios de promoción. La municipalidad también cuenta con una oficina de información turística y desarrolla iniciativas relacionadas con rutas turísticas y artesanía local.

Otro actor relevante es el promotor cultural y el equipo encargado del turismo, quienes funcionan como intermediarios entre la municipalidad, los emprendedores y los visitantes. Durante la investigación, Frank Cali, el promotor cultural explicó que su trabajo incluye identificar emprendedores, convocarlos a actividades municipales, promover su participación en ferias y generar oportunidades para que puedan mostrar sus productos fuera de Cieneguilla. Como se evidenció en la investigación de PROMPERÚ (2023), la mediación del promotor turístico local es fundamental para articular a los pequeños productores vulnerables con plataformas institucionales de difusión y capacitación.

Por último los turistas y visitantes representan un actor fundamental, ya que son quienes consumen los productos y experiencias ofrecidos por los emprendedores. La relación entre estos actores evidencia una oportunidad para fortalecer la conexión entre la oferta local y los visitantes. Esta dinámica coincide con lo hallado por Salazar (2024), quien sostiene que los visitantes de rutas gastronómicas y culturales en las afueras de Lima prioriza la compra directa al productor, pero requieren tecnologías de señalización e interactividad móvil para localizar talleres que no figuran en las guías convencionales.

Con el fin de sintetizar las características y necesidades del público objetivo, se definió el arquetipo de “María González” (Figura 1), una emprendedora textil de 57 años que comercializa sus prendas en las ferias de Cieneguilla.

María refleja a la artesana motivada por sostener a su familia y preservar la identidad local, pero cuya visibilidad es limitada por la brecha digital. Su mayor dolor es que los turistas visitan el distrito sin llegar a su puesto y la dificultad de manejar redes sociales complejas, por lo que necesita una herramienta sencilla para conectar con clientes todo el año.

Figura 1: *Ficha del Arquetipo "María González".*



2.1.2. Contexto general

El proyecto se desarrolla en Cieneguilla, distrito que cuenta con recursos naturales, culturales, gastronómicos y artesanales que forman parte de su oferta turística. La Municipalidad reconoce dentro de esta oferta las rutas turísticas, visitas a talleres, eventos culturales y el trabajo de sus artesanos.

A partir de las observaciones y entrevistas realizadas, se identificó que existe una baja visibilidad de diversos emprendimientos frente a los visitantes. Entre las principales dificultades se encuentran la limitada difusión digital, redes sociales, la dependencia de ferias y temporadas turísticas, la participación irregular en actividades de promoción y la dificultad para conectar con nuevos clientes.

La investigación también evidenció oportunidades para fortalecer las rutas turísticas e incorporar emprendimientos y talleres locales dentro de la experiencia del visitante. Esta necesidad se relaciona con el ODS 10, específicamente con la meta 10.2, orientada a promover la inclusión social y económica.

En este contexto, el proyecto busca contribuir a una mayor visibilidad y conexión entre los emprendedores de Cieneguilla y los visitantes, aprovechando los recursos existentes y fortaleciendo las oportunidades de participación económica dentro del turismo comunitario. Finalmente, la investigación de Sánchez y Torres (2023), resalta que la integración de soluciones interactivas en los circuitos turísticos perimétricos de Lima eleva la autonomía de compra del visitante y la competitividad directa del artesano local.

2.1.3. Problema y oportunidad

A través de entrevistas se pudo ver que los artesanos textiles de Cieneguilla comentan de que sufren de baja visibilidad y no tienen mucho apoyo de la municipalidad, además de no tener mucho conocimiento sobre las redes sociales y cómo manejarlos adecuadamente.

Cieneguilla suele recibir visitantes a menudo, pero más en etapas como 28 de Julio y en el día de la madre; la mayoría de los turistas suelen ir a los restaurantes y hoteles que se encuentran en Cieneguilla, creemos en la oportunidad de crear una app que pueda promocionar y conectar a los turistas con los artesanos y su comunidad. Para ello, creemos que la promoción digital de los productos de los artesanos textiles, puede representar una oportunidad para ampliar la visibilidad de sus productos al igual que las herramientas dadas por el ministerio (MINCETUR, 2023).

2.1.4. Reto de diseño

¿Cómo podríamos ayudar a María González, emprendedora textil de Cieneguilla, a conseguir mayor visibilidad, atraer más turistas a su emprendimiento y vender sus productos de manera constante durante todo el año, mientras reducimos la falta de promoción digital, la

dependencia de ferias y temporadas turísticas y la dificultad de llegar a nuevos clientes?

2.2. Diseñar para crear valor

2.2.1. Propuesta de valor

Sobre la base de los hallazgos identificados en la etapa de investigar para diseñar, se formuló la propuesta de valor de “Ruta Artesana”, cuya premisa central establece que el posicionamiento de los emprendimientos textiles no debe estar sujeto a la estacionalidad comercial, sino estructurarse como un canal de difusión accesible y constante.

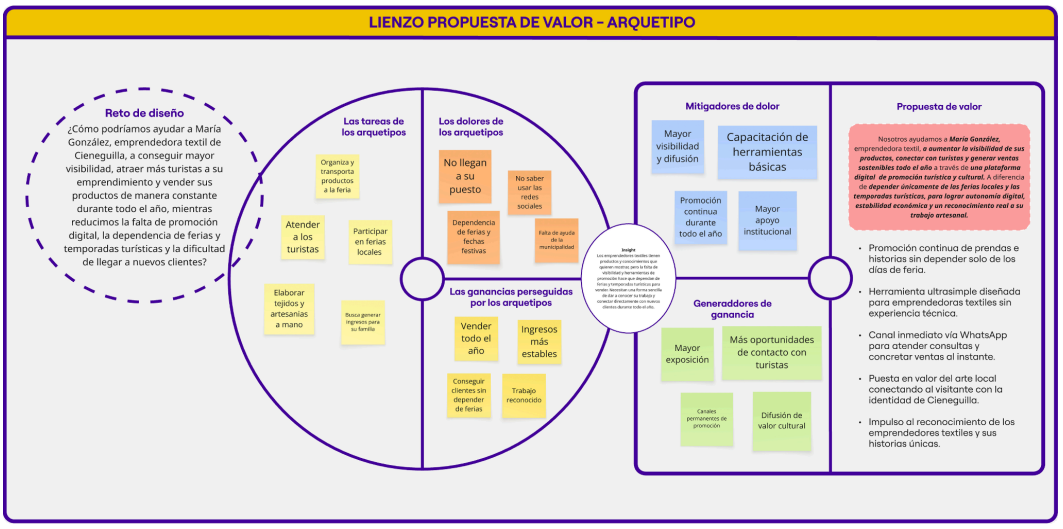
La promesa de valor que “Ruta Artesana” extiende al arquetipo, María González, consiste en brindarle un modelo de articulación físico-digital enfocado en potenciar la exposición comercial de sus productos y vincularla directamente con el flujo turístico. A diferencia de los canales de venta tradicionales enfocados en ferias locales o el uso de redes sociales complejas, la propuesta integra un aplicativo móvil de fácil uso con soportes físicos provistos de códigos QR en el punto de atención. Esto permite a la emprendedora textil gestionar sus productos de forma autónoma, garantizando visibilidad permanente y habilitando un canal directo de contacto a través de WhatsApp.

Como se esquematiza en el Lienzo de Propuesta de Valor (Figura 2), la solución responde de manera directa a los dolores y aspiraciones detectadas en la usuaria:

- **Mitigadores de dolor:** Se combate la “limitación de alcance y la falta de herramientas de difusión” mediante una aplicación móvil simplificada complementada con capacitaciones clave. Esta estrategia remueve las dificultades asociadas al manejo de tecnologías convencionales y reduce la dependencia de los calendarios feriales, asegurando presencia en el mercado durante los doce meses del año.
- **Generadores de ganancia:** Se satisface la búsqueda de “autonomía financiera y reconocimiento de su trabajo” mediante la implementación de señalética presencial con QR y la difusión de la identidad cultural de Cieneguilla. De esta manera no solo se incrementan las oportunidades de contacto con compradores potenciales, sino que se

da valor al trabajo de los emprendedores textiles, convirtiendo cada pieza en un punto de conexión cultural con el visitante.

Figura 2: *Lienzo de Propuesta de Valor.*



2.2.2. Solución

Nuestra aplicación Ruta Artesana cuenta con dos experiencias de usuario: para artesanos y turistas.

Figura 3: *Menú principal para artesanos y turistas.*

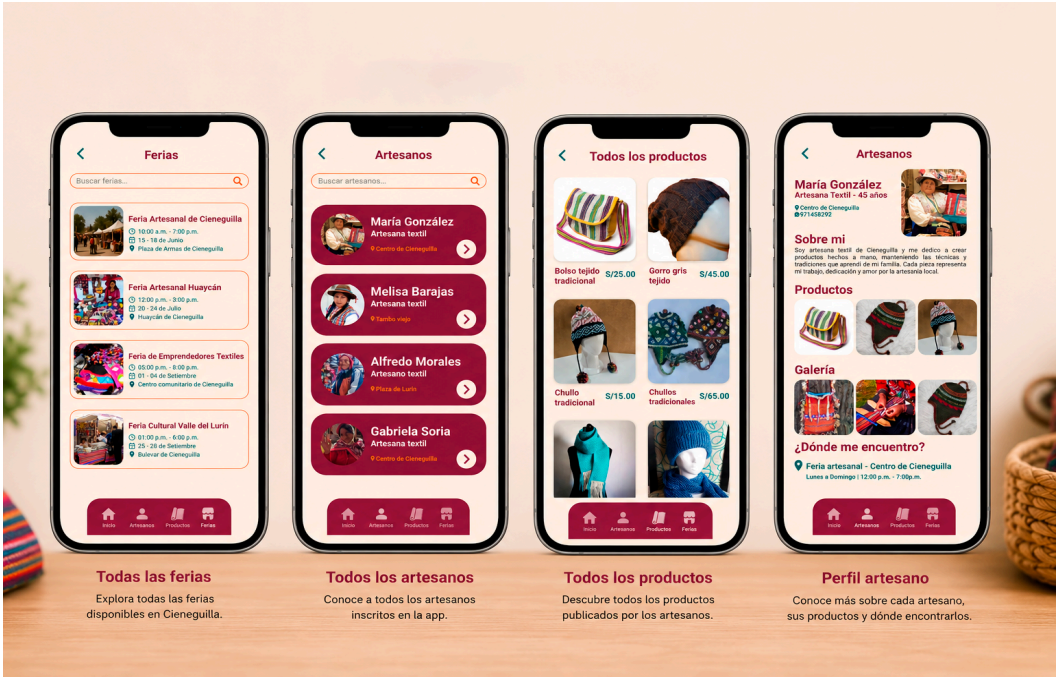


A los turistas les aparecerán artesanos locales ubicados en Cieneguilla; podrán explorar sus productos. Cada cierto tiempo aparecerán productos destacados, mostrando la variedad de los artistas, con su respectivo precio. Podrán ver las próximas ferias disponibles en Cieneguilla. Tendrá una barra de navegación inferior especial para ellos, contará para ver todos los artesanos inscritos, al igual que los productos disponibles y las ferias distribuidas en orden. Al abrir los productos que el turista desea conocer más información, aparecerá quién es el artesano que lo realizó, una pequeña descripción del producto, además del precio; contará con un botón que los llevará directo al WhatsApp de la artesana. Al abrir la sección ferias, podrá conocer las futuras ferias disponibles para Cieneguilla, mostrando así su locación con fecha y hora.

En la sección para artesanos, podrás ver todos los artesanos de Cieneguilla inscritos en la app; al hacer clic, podrás conocer más sobre

ellos. Aparecerá información como su ubicación, número de teléfono, una breve introducción sobre ellos, productos disponibles, galería de fotos y, en la parte inferior, su próxima feria disponible.

Figura 4: *Vista general de la sección Turista.*



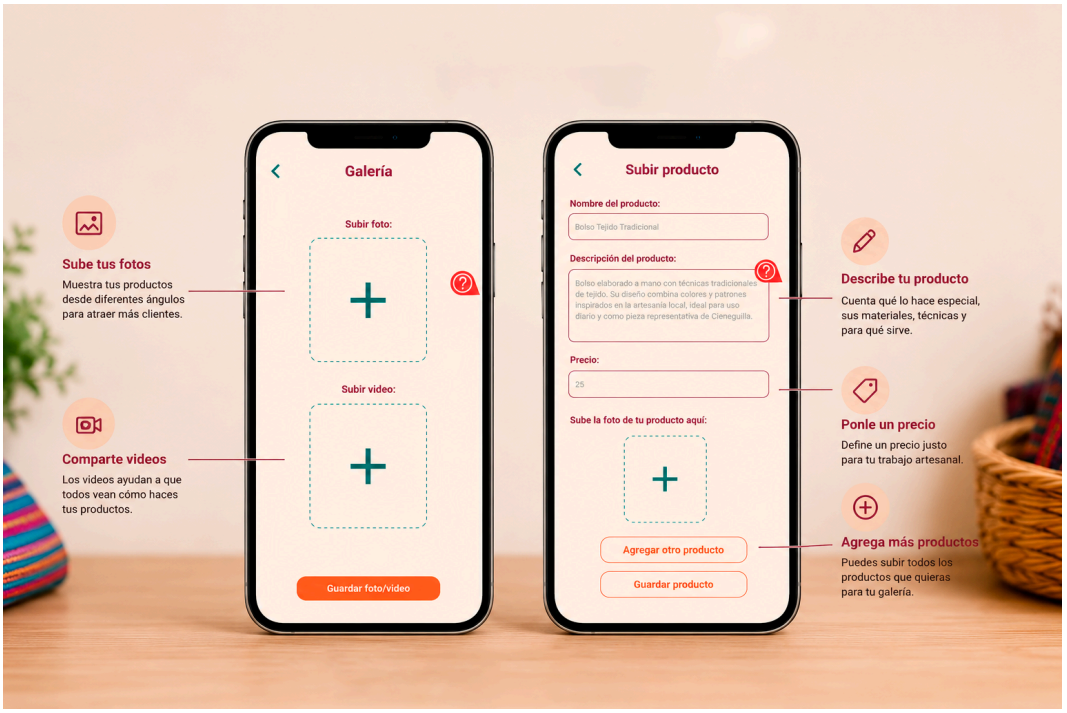
Cuando un turista le gustaría adquirir un producto, interactúa con el botón de WhatsApp y le llevaría a conversar directamente con el artesano que realizó el producto, coordinando si el producto está disponible y en qué momento se realizaría la entrega del producto.

Figura 5: *Cierre de negocio en WhatsApp.*



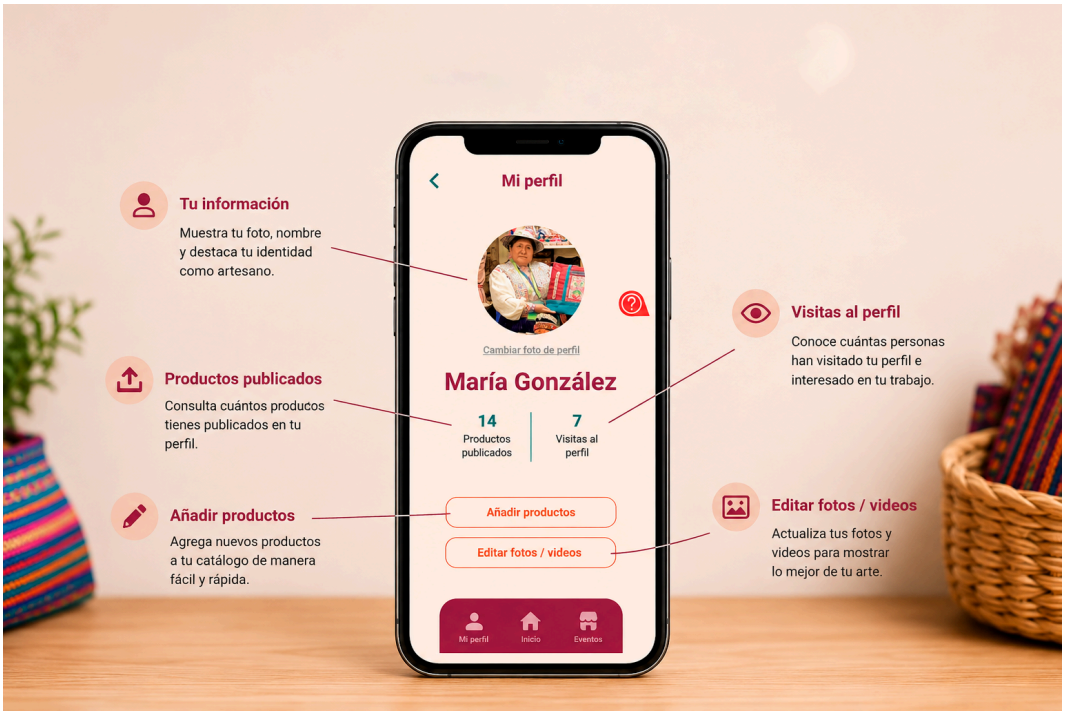
La Ruta Artesana para los artesanos es muy diferente a la versión de los turistas. Primero tendrán que rellenar información, como nombre, edad, en qué parte de Cieneguilla se encuentran y, para finalizar, su número telefónico. Luego tendrán que subir fotos de sus productos en la sección de galería; luego tendrán que añadir cada uno de sus productos, como descripción, nombre y, lo más importante, el precio. Al finalizar todos los requerimientos necesarios para crear un perfil, les aparecerá una pequeña introducción de la aplicación al darle al botón de finalizar. Les aparecerá un menú, con una barra de navegación distinta a la de los turistas; esta vez, es una interfaz más sencilla pero eficaz. A primera vista, les aparecerán las opciones de feria, resaltando así cuándo es su próxima feria inscrita.

Figura 6: *Galería y publicación de productos.*



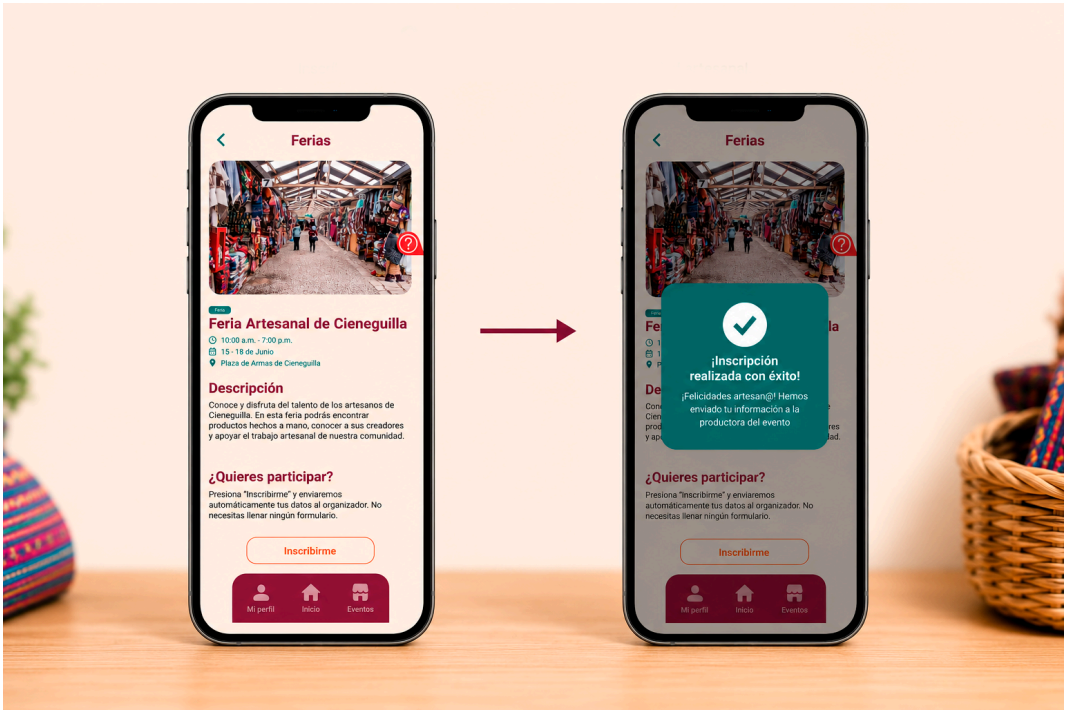
En la sección de Mi perfil podrá ver cuántas personas han visto su perfil y poder ver cuántos productos ha publicado; además, podrá editar fotos/videos de su galería y también añadir más productos.

Figura 7: *Perfil de los artesanos inscritos.*



En la sección de eventos podrá conocer cuáles son los siguientes eventos disponibles en Cieneguilla; estos se dividen en: Charla, feria y capacitación, ayudando así a los distintos artesanos que se inscriban en la app. Al darle clic en cualquiera de los eventos, podrá conocer la descripción de ello y un botón disponible para poder inscribirse. Gracias a la app, con darle al botón, su información se enviará automáticamente a la persona encargada de organizar dicho evento.

Figura 8: *Inscripciones en eventos (ferias, capacitaciones, charlas).*



Para finalizar, les aparecerá un círculo con un signo de interrogación; en él podrá acceder a una guía rápida, que es un link directo a un Canva. Esta guía tiene el objetivo de ayudar a los artesanos a entender mejor la app. Además, contarán con un botón a un chatbot, una inteligencia artificial capacitada para poder guiar al artesano, como por ejemplo, cómo mejorar el perfil, inscribirse a eventos y dudas generales. De esta manera, el servicio fortalece la promoción del talento artesanal y fomenta el turismo comunitario en Cieneguilla.

Figura 9: *Uso del Chatbot en Ruta Artesana.*



2.3. Diseñar el servicio

2.3.1. Blueprint del servicio

En el Blueprint para nuestra aplicación queremos mostrar el recorrido completo de la experiencia de los artesanos textiles, desde el momento en que tiene que conseguir más materiales para sus productos hasta poder descargar la aplicación y sentir la diferencia sobre la visibilidad de sus productos. Gracias al Blueprint podemos ver el proceso de nuestro arquetipo pasa para poder llegar a la aplicación, en la etapa Antes, María González reconocer que necesita mejor la visibilidad de sus productos y mejorar sus ventas, conoce sobre la aplicación mediante un afiche promocional instalado en ferias y espacios estratégicos en Cieneguilla, es donde se intervendrán los colaborado y proveedores encargados para la distribución de los afiches.

Durante la etapa “Durante”, María González interactúa con la aplicación móvil, selecciona la opción "Soy Artesana", completa su perfil y registra sus productos en venta, se entera de que puedes acceder a diferentes eventos, como ferias, capacitaciones y charlas. Además de obtener ayuda

gracias a una inteligencia artificial que lo orientará a resolver dudas sobre la plataforma.

Para finalizar en “Después”, María González continúa usando la aplicación, recibiendo información sobre futuras ferias y capacitaciones, actualizando su perfil con sus nuevos productos.

Lo que buscamos con la aplicación es una promoción constante para los artesanos textiles, para ya no depender en temporadas de fiestas patrias o días festivos como el Día de la madre, si no constantemente.

Figura 10: *Blueprint del servicio, puntos de contacto.*

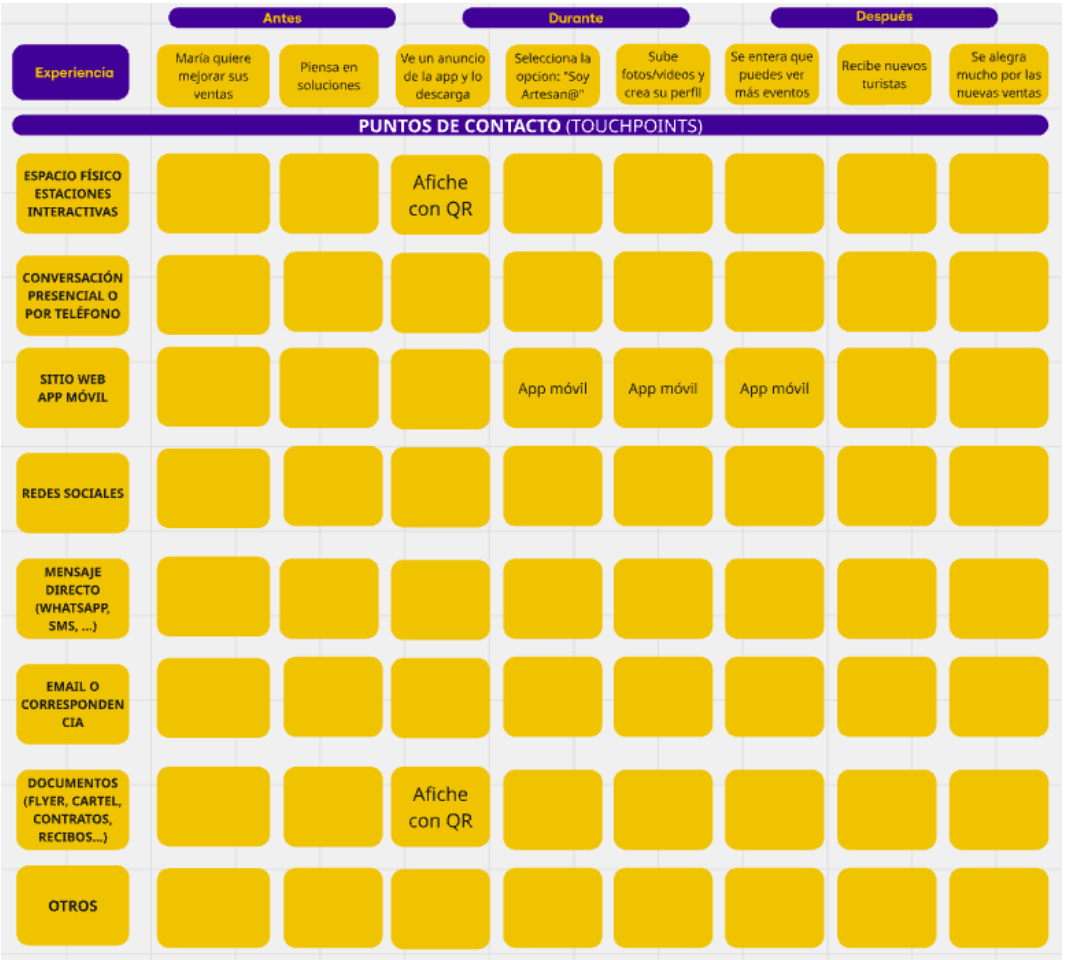
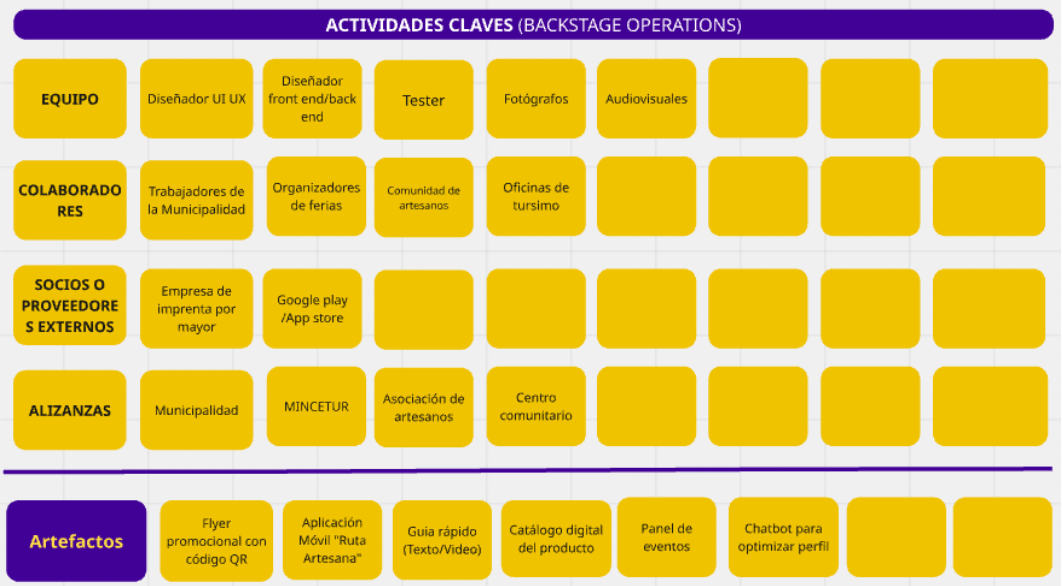


Figura 11: *Blueprint del servicio y actividades claves.*



2.3.2. Artefacto(s)

En relación a la propuesta Ruta Artesana, se realizaron diferentes artefactos, ya sea físicos o digitales, que se complementarán la experiencia de los artesanos, el propósito es facilitar el uso de la aplicación y promoverlo tanto para los artesanos al igual que los turistas.

1. Flyer promocional con código QR: el propósito del flyer es invitar a artesanos (también turistas) en su dirección a Cieneguilla, su función es invitar a los artesanos y turistas a descargar la aplicación mediante el código.

2. Aplicación móvil: es el artefacto principal de nuestra propuesta, en ella los artesanos se podrán crear su perfil, publicar los productos, ver ferias y capacitaciones además de recibir apoyo a través de una inteligencia artificial, para los turistas, será un aplicación donde tendrán conocimientos de futuras ferias ubicadas en Cieneguilla y conocer los productos textiles de los mismos artesanos inscritos en la aplicación.

3. Guía rápida: es un manual digital en formato link externo (Canva) diseñado para los usuarios con poco conocimiento de la app y de las

herramientas digitales. Será accesible mediante el icono de signo de interrogación ubicado en la interfaz de la aplicación. Su contenido explica cómo usar la aplicación, registrar sus productos, galerías e inscribirse a eventos.

4. Catálogo digital: permite mostrar las fotos de los productos subidos por los mismos artesanos, al igual que su precio respectivo, gracias a esto, podrán conocer el trabajo de los artesanos, si un turista quiere comprar, accederá a un botón interactivo que lo mandará al WhatsApp propio del artesano.

5. Chatbot: funcionará como un asistente virtual que les ayudará a los artesanos a guiarse. Orientará a los artesanos a mejorar el perfil, cómo publicar sus productos, y comprender más funciones disponibles de la aplicación.

6. Panel de eventos: es una sección de información sobre las siguientes ferias, talleres y capacitaciones que se darán en Cieneguilla. Se añadirá un botón en la cual podrá inscribirse.

7. Señalética turística: consiste en distintas publicidades que se usarán a lo largo de la carretera en camino a Cieneguilla y en lugares dentro del área.

2.3.3. Experimentos

La etapa de evaluación y ajuste de la aplicación Ruta Artesana se desarrolló bajo una dinámica de aprendizaje continuo. Se adoptó una metodología cualitativa para corroborar que cada herramienta del sistema encaja con la rutina de trabajo de las emprendedoras textiles locales y con el comportamiento de compra de los visitantes que llegan a Cieneguilla.

- **Hipótesis**

El plan de validación partió de cinco supuestos principales orientados a entender la brecha digital y comercial del sector. En primer lugar, se estimó que los emprendedores textiles tienen serias complicaciones para llegar a nuevos clientes y que, al mismo tiempo, encuentran barreras al intentar utilizar canales digitales para dar a conocer sus prendas. Por otro lado, se asumió que existe una desinformación frecuente sobre las fechas de ferias y talleres organizados en la zona. Ante esto, se planteó que disponer de una plataforma digital estructurada sería percibido como solución valiosa, siempre y cuando la interfaz de Ruta Artesana resultará sumamente sencilla e intuitiva de manipular.

- **Experimentos**

Para poner a prueba estas ideas, se realizaron entrevistas virtuales a través de Google Meet con cinco productoras textiles de Cieneguilla. En estas sesiones se les presentó el prototipo, explicando a detalle la interfaz y cada una de sus herramientas para observar su interacción directa y evaluar la facilidad de uso percibida.

Durante los ensayos, las usuarias valoran de forma muy positiva el aumento en la visibilidad de sus talleres, la agilidad para cargar sus fotografías y la utilidad de contar con un enlace directo a WhatsApp para gestionar pedidos.

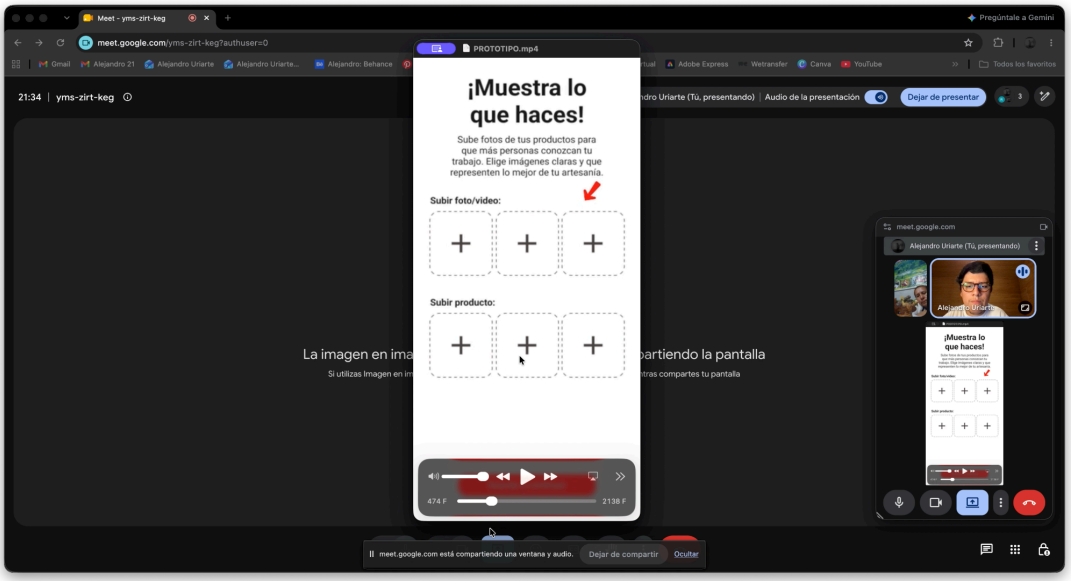
Asimismo, destacaron la conveniencia de consultar la agenda de eventos locales en un solo punto. En cuanto a la usabilidad, la navegación fue fluida para la mayoría; sin embargo, se evidenció que aquellas con menor hábito en el uso smartphones requieren una guía o apoyo inicial para aprovechar al máximo las herramientas de la app.

Figura 12: *Entrevistas a artesanos textiles.*

Nombre de entrevistado/a: Raquel Guerra

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Qué fue lo que más captó tu atención de la aplicación?	Destacó la oportunidad de centralizar la información de sus artesanías en un solo lugar y acceder fácilmente a convocatorias de ferias.
¿Qué tan fácil o difícil te pareció comprender la plataforma para subir tu información?	Manifestó cierta dificultad inicial para orientarse de manera autónoma, indicando que requiere acompañamiento y capacitación guiada para familiarizarse con el entorno digital.
¿De qué manera crees que el botón de WhatsApp facilitará el contacto y tus ventas?	Lo evaluó como una herramienta sumamente práctica para recibir consultas directas y gestionar pedidos con nuevos compradores.
¿De qué forma la aplicación contribuirá a dar mayor visibilidad a tu negocio frente a los turistas?	Mencionó que tener un perfil dinámico permitirá que más personas descubran el valor cultural de sus artesanías e historia.
¿Qué cambios o mejoras le harías a la plataforma para que sea más fácil y útil de usar?	Sugirió incluir un acompañamiento paso a paso o tutoriales guiados para ayudar a los artesanos que tienen menor experiencia tecnológica.

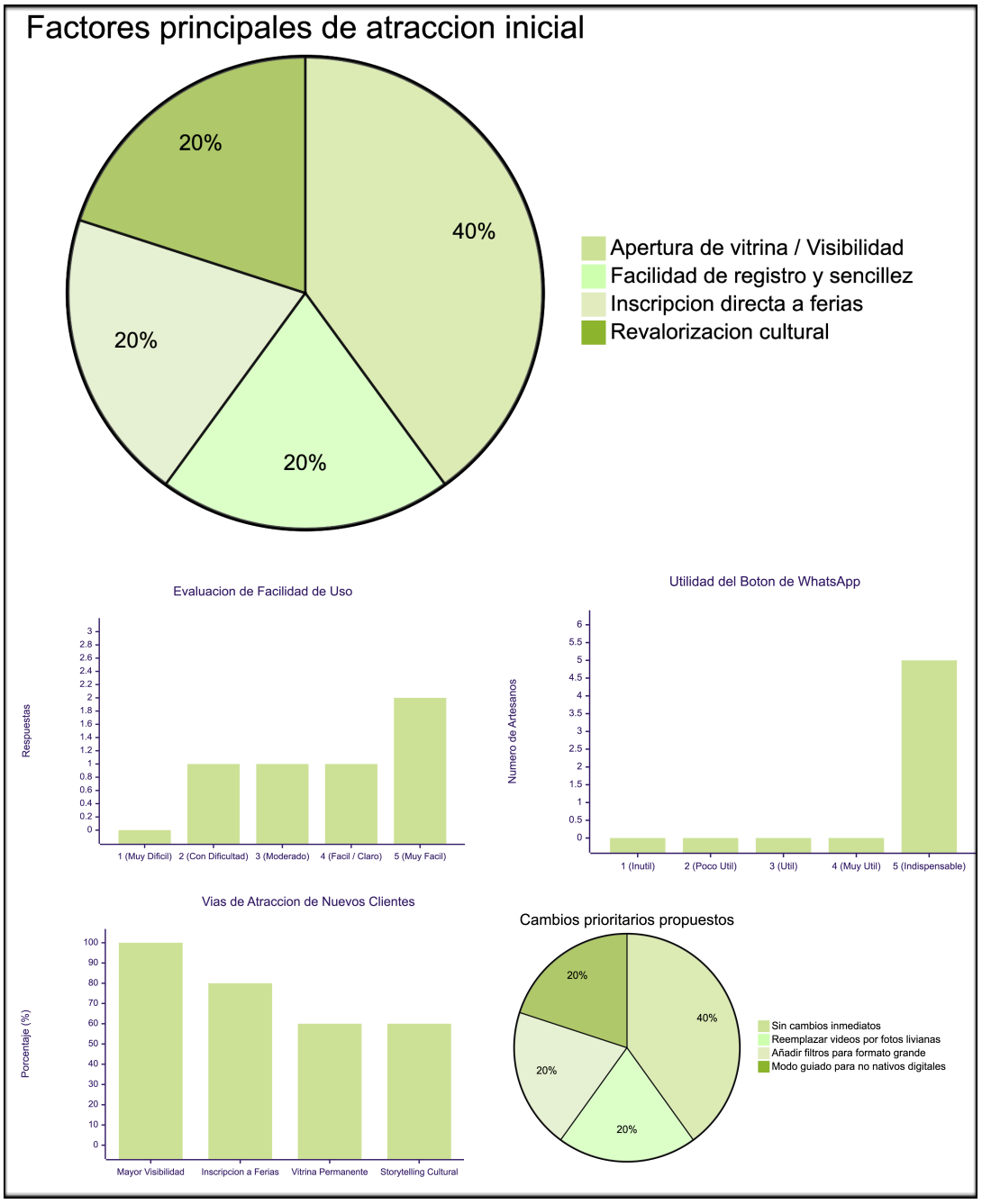
Figura 13: *Sesión de validación del prototipo.*



- **Métricas**

El análisis cuantitativo de las interacciones brindó un panorama claro sobre el grado de aceptación, la facilidad de uso y las prioridades de mejora manifestadas por los participantes. Los resultados obtenidos se estructuran a través de los siguientes gráficos, donde se desglosa el comportamiento de las métricas clave del proyecto:

Figura 14: *Resultados de validación del prototipo digital.*



- **Lecciones Aprendidas**

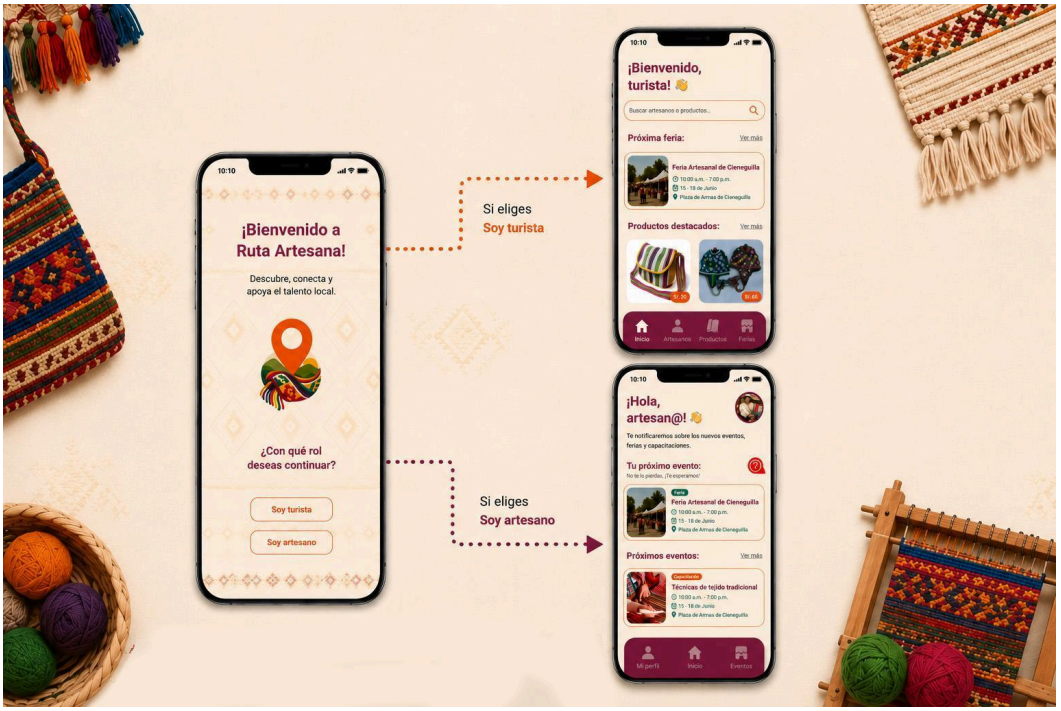
Las evidencias obtenidas permitieron extraer conclusiones estratégicas para consolidar el proyecto. Se demostró que la prioridad central del emprendedor es captar clientes. donde el atractivo visual de las fotos y vídeos resulta determinante en la decisión del turista. Además, la diversidad en el manejo de tecnología dejó en claro que la app Ruta Artesana debe mantener una pantalla limpia y apoyarse en mecanismos de ayuda integrados. Por último, se reafirmó que WhatsApp es el canal preferido para cerrar tratos por su rapidez y familiaridad, validando un formato de catálogo interactivo que tiene el potencial de adaptarse a otros sectores artesanales.

- **Prototipo**

Con base en la retroalimentación recibida durante la validación, el prototipo del Producto Mínimo Viable de Ruta Artesana se estructuró para ofrecer un recorrido digital claro e intencional que acompaña al emprendedor textil en todo momento. La experiencia inicia con una pantalla de bienvenida donde el usuario selecciona su rol de interacción, dando paso a un proceso de registro intuitivo que solicita únicamente los datos personales y de contacto esenciales para evitar barreras de entrada.

A continuación, la interfaz habilita un módulo de carga diseñado de manera intuitiva para que el emprendedor alimente su perfil con fotografías y videos de sus procesos, además de publicar cada producto con su nombre, descripción detallada y precio correspondiente. Una vez completado este flujo, el perfil queda publicado automáticamente en la aplicación, permitiendo no sólo exhibir el trabajo artesanal frente a turistas y nuevos clientes, sino también dar paso a la pantalla principal donde el usuario accede a convocatorias de ferias, talleres y oportunidades de capacitación local organizadas de Cieneguilla.

Figura 15: *Elección entre artesano y turista*



III. Conclusiones y recomendaciones

2.1. Conclusiones

Se concluye que la propuesta pueda facilitar a los artesanos textiles de Cieneguilla en un nuevo entorno digital, brindando una plataforma donde pueda publicar sus productos y poder participar en ferias. Las pruebas que se hicieron son evidencia de la fácil navegación por parte de los artesanos con poca experiencia tecnológica.

Asimismo, se demuestra que la integración de herramientas de contacto directo, como el botón de WhatsApp, responde eficazmente a la necesidad del usuario de generar ventas inmediatas sin la intermediación de procesos complejos. Esta dinámica no solo fortalece la autonomía económica del artesano local, sino que también contribuye directamente a la reducción de desigualdades al abrirles un canal competitivo y accesible dentro del circuito turístico de Cieneguilla.

2.2. Recomendaciones

Se recomienda desarrollar más a profundidad Ruta Artesana, dándole seguimiento a los afiches con códigos QR, poder medir el alcance que se puede generar y ampliar de manera gradual el servicio hacia otros rubros artesanales en el distrito de Cieneguilla.

El chatbot que se está implementando, se sugiere monitorear continuamente el nivel de interacción, midiendo cuántos usuarios concretan ventas o consultas mediante esta herramienta para optimizar sus respuestas de forma progresiva.

IV. Referencias Bibliográficas

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2023). *Reporte de turismo interno y rutas cortas desde Lima*. PROMPERÚ.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2023). *Más de 1200 artesanos ofertan sus productos a través de la nueva plataforma electrónica "Artesanías del Perú".* MINCETUR.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). *Estrategia nacional de reactivación del sector turismo:* Registro Nacional del Artesano. MINCETUR.

Salazar, D. K. (2024). *Comportamiento del excursionista de fin de semana y adopción de tecnologías de información en destinos de Lima Provincias* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP.

Sánchez, K. V., y Torres, D. A. (2023). Estrategias de la comunicación interactiva para la promoción del turismo comunitario de Lima Provincias [Trabajo de investigación de Bachiller, Instituto de Educación Superior Privado Toulouse Lautrec]. Repositorio institucional TLS.

V. Anexos

4.1. Primera ronda de entrevistas a emprendedores textiles

Hola, buenas tardes. Somos estudiantes del Instituto Toulouse Lautrec y estamos realizando una investigación sobre el turismo comunitario en Cieneguilla. Nos gustaría conocer su experiencia como emprendedor(a) local y cómo considera que el turismo puede contribuir al desarrollo de la comunidad. La entrevista tendrá una duración aproximada de 15 a 30 minutos y la información que nos brinde será utilizada únicamente con fines académicos.

¿Nos permitiría realizarle la entrevista?

Sección 1:

- ¿Podría presentarse y contarnos qué actividad o negocio realiza en Cieneguilla?
- ¿Desde hace cuánto tiempo ofrece sus productos, servicios o experiencias a visitantes?
- ¿Desde cuándo tienes este problema? (falta de visibilidad)

Sección 2:

- ¿Qué dificultades tiene para promocionar sus productos?
- ¿Qué herramientas usa actualmente para comunicarse con turistas, por ejemplo WhatsApp, Facebook?
- ¿Qué necesitaría para que su actividad turística genere más beneficios para su familia o comunidad?
- ¿En qué épocas del año recibe más o menos visitantes? ¿Cómo afecta eso a su emprendimiento?
- ¿Qué cree que hace falta para que más personas se interesen en visitar su emprendimiento?

Sección 3:

- ¿Cómo le gustaría que fuera el turismo en Cieneguilla dentro de los próximos años?
- ¿Qué cree que hace falta para que más turistas visiten Cieneguilla o su emprendimiento?
- Si pudiera pedir apoyo a la Municipalidad o a otra institución, ¿Qué solicitaría?

- ¿Qué le impide actualmente ofrecer una mejor experiencia a los visitantes?

Sección 4:

- ¿Hay algo que no le hayamos preguntado y que considere importante?
- ¿Hay alguna experiencia que le gustaría compartir y que no hayamos mencionado?
- ¿Le gustaría participar en futuras actividades relacionadas con este proyecto?

4.2. Entrevista de validación del prototipo

- ¿Qué fue lo primero que llamó tu atención de la aplicación y por qué?
- ¿Qué información o función consideras que todavía falta para que la aplicación te ayude mejor a promocionar tu trabajo?
- ¿De qué manera crees que el botón de contacto por WhatsApp podría ayudarte a comunicarte con tus clientes?
- ¿De qué manera crees que Ruta Artesana podría ayudarte a conseguir nuevos clientes?
- Después de conocer la aplicación, ¿qué fue lo más útil o interesante que pudiste rescatar de ella?
- ¿Qué tan fácil o difícil te pareció utilizar la aplicación? ¿Por qué?
- ¿Cómo te sentirías teniendo un perfil donde puedas mostrar tus productos, tu historia y fotografías de tu trabajo?
- Si pudieras cambiar una sola cosa de la aplicación, ¿qué cambiarías y por qué?
- ¿Crees que podrías utilizar la aplicación por tu cuenta después de recibir una explicación? ¿Por qué?