

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”**



**CÓDIGOS DE AUTENTICACIÓN CON ACCESO A UNA PÁGINA WEB PARA
POTENCIAR LA AUTENTICIDAD DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES EN
LIMA METROPOLITANA 2024**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:

ALLISON STHEFFANIA ESPINOZA URIOL
(<https://orcid.org/0009-0000-7772-2165>)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

ARIAN JESÚS CHUMPITAZ MARTINEZ
(<https://orcid.org/0009-0003-6609-9365>)

Asesor

ALEXANDER HENRY RODRÍGUEZ PÉREZ
(<https://orcid.org/0000-0001-8020-4238>)

Lima-Perú

2024

PAPER NAME

CO%CC%81DIGOS DE AUTENTICACIO%CC%81N CON ACCESO A UNA PA%CC%81GINA WEB PARA POTENCIAR LA AUTENTICIDAD DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES EN LIMA METROPOLITANA 2024 - T_INVEST - ALLISON STHEFFANIA ESPINOZA URIOL.pdf

AUTHOR

-

WORD COUNT

6472 Words

CHARACTER COUNT

39360 Characters

PAGE COUNT

40 Pages

FILE SIZE

11.0MB

SUBMISSION DATE

May 11, 2024 11:36 AM GMT-5

REPORT DATE

May 11, 2024 11:37 AM GMT-5

● 12% Overall Similarity

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

- 11% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Resumen del Trabajo de Investigación

El presente proyecto se centra en la implementación de códigos de autenticación mediante una página *web* llamada "*Tampu*" para potenciar la autenticidad de los productos artesanales en Lima Metropolitana. Esta innovación se centra en el área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social. La actividad económica que se utiliza es sobre el comercio. Debido a que se aborda la problemática de la disminución de ventas que enfrentan los artesanos por la competencia de productos artesanales extranjeros, especialmente en un contexto de crisis económicas y cambios en el sector turístico. El proyecto de innovación busca ayudar a los artesanos a destacar la originalidad de sus productos, mejorar su valor en el mercado y fortalecer su conexión con los consumidores. Se plantean objetivos específicos para investigar las necesidades de los beneficiarios, definir la implementación de los códigos de autenticación y determinar el impacto de esta iniciativa.

Esta investigación proporciona fundamentos sólidos para la propuesta de valor, destacando la importancia de la originalidad de los productos artesanales, el registro nacional del artesano como aliado estratégico, los códigos de autenticación para destacar en el mercado, la página *web* como canal de comunicación, los catálogos como herramienta de promoción y la necesidad de demostrar la autenticidad de las artesanías.

Finalmente, la implementación de los códigos de autenticación mediante "*Tampu*" fue una solución efectiva para abordar la problemática del sector artesanal, ofreciendo beneficios tangibles tanto para los artesanos como para los consumidores al proteger, ya que se busca destacar la identidad cultural y promover la originalidad de las artesanías peruanas.

Palabras claves: (*Tampu, códigos de autenticación, Artesanos, Página Web*)

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación	4
1. Contextualización del Problema	8
2. Justificación	9
3. Reto de innovación	10
3.1 Preguntas	10
3.1.1 Pregunta general	10
3.1.2 Preguntas específicas	11
3.2 Objetivos	11
3.2.1 Objetivo general	11
3.2.2 Objetivos específicos	11
4. Sustento Teórico	12
4.1 Estudios previos	12
4.2 Marco teórico	15
4.2.1 Sector Artesanía	15
4.2.2 Registro Nacional del Artesano - RNA	15
4.2.3 Artesanos	15
4.2.4 Productos artesanales	16
4.2.5 Códigos de autenticación	16
4.2.6 Página <i>Web</i>	16
4.2.7 Catálogos	17
4.2.8 Importancia de las historias	17

4.2.9	Importancia de demostrar la originalidad de los productos artesanales	17
4.2.10	<i>Tampu</i>	18
5.	Beneficiarios	18
5.1	Directos	18
5.2	Indirectos	18
5.3	Arquetipo del cliente	18
5.4	Cantidad de beneficiarios	19
6.	Propuesta de Valor	20
6.1	Propuesta de valor	20
6.2	Segmento de clientes	20
6.3	Canales	20
6.4	Relación con los clientes	21
7.	Resultados	23
9.	Bibliografía	24
10.	Anexos	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inversión Inicial	22
Tabla 2. Gastos Mensuales y Anuales	23
Tabla 3. Ingresos	23

1. Contextualización del Problema

En los últimos años, el Perú se ha enfrentado a distintas crisis políticas, protestas, cambios climáticos, entre otros desafíos. Estos eventos han tenido un impacto económico significativo en varios sectores, siendo el turismo uno de los más afectados. Según las cifras compartidas por Promperú y del Ministerio de Economía y Finanzas, el sector turismo aporta más de 2.5 % al Producto Bruto Interno (PBI) al año (Universidad Cesar Vallejo, 2023).

En el año 2023, debido a las protestas en el sur del país, Adrián Armas, gerente central de Estudios Económicos del BCR, estimó que el sector estaban en números rojos, con más de 100 millones de dólares mensuales perdidos (Gestión, 2023).

La crisis en el sector turístico ha repercutido económicamente en agencias de viajes, guías turísticos, expertos en excursiones, artesanos, entre otros, esto es debido a las diferentes marchas y suspensión de las carreteras en ciudades turísticas claves (Centro de Formación en Turismo, 2023). Sin embargo, es importante destacar que los artesanos vienen arrastrando dificultades económicas desde la pandemia al no poder adaptarse al ámbito digital, y también se vieron afectados por las crisis naturales en el norte del país que obstaculizan el flujo turístico. Ahora, con las protestas y crisis políticas adicionales, su situación se ha visto aún más deteriorada, pese a los distintos intentos del gobierno de promover la reactivación de la artesanía mediante el plan estratégico “Con Punche Perú” que busca brindar subvenciones de hasta cinco mil soles para la reactivación del sector (El Peruano, 2023).

En el Perú, hay registrados aproximadamente 50 mil artesanos inscritos en el Registro Nacional del Artesano (RNA). Diana Holguin, directora general de Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), ha expresado su preocupación al señalar que casi el 80% de ellos podrían quebrar y dejar la venta de artesanías peruanas debido a la crisis que afecta al sector turismo (El Pueblo, 2023). Estas cifras son motivo de

preocupación, ya que, Mincetur, señaló que los artesanos son artistas que desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico descentralizado de las diversas regiones del país. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021) Su labor representa una de las actividades con mayor intensidad en mano de obra porque genera empleo e ingresos para personas de diferentes comunidades. Además, la venta de artesanías no solo fortalece la economía, sino que también promueve y comparte las diferentes culturas que hay en el Perú con los turistas. Las artesanías expresan la historia e identidad del país, y su declive impactaría no solo en la estabilidad económica de los artesanos, sino también en la promoción de la herencia cultural del Perú a nivel mundial. (De la Vega, 2023)

Sin embargo, es preocupante también el hecho de que la mayoría de artesanos están siendo desplazados por productos extranjeros que se hacen pasar por artesanías peruanas. Afectando aún más el flujo de sus negocios y disminuyendo sus ventas. Por ese motivo, se busca que los artesanos empiecen a competir contra los productos de origen extranjero incorporando nuevas tecnologías sin perjudicar la autenticidad de sus productos.

2. Justificación

El proyecto de investigación se enfoca en los artesanos de Lima Metropolitana, que como se mencionó sus prácticas y productos son importantes para el tejido socioeconómico y cultural. Ellos enfrentan diferentes desafíos, uno de ellos es mantener una relevancia en el mercado que se encuentra en constantes cambios, debido a diferentes factores externos como las fluctuaciones en la industria del turismo y la economía del país. El reto de innovación busca comprender las necesidades de los artesanos, para poder fortalecer su posición en el mercado mientras sin perjudicar la autenticidad de sus productos artesanales.

El presente estudio se propone ayudar a los artesanos a destacar sus productos artesanales implementando nuevas tecnologías sin perjudicar la autenticidad de sus

productos artesanales, ya que actualmente se encuentran en una constante competencia desleal por parte de las personas que venden artesanías hechas de materiales no peruanos a un precio menor de lo que valen, quitando así la historia que hay detrás de cada producto artesanal.

Se utilizaron herramientas metodológicas para el análisis de la problemática que se aborda en este estudio. Entre ellas, se empleó el mapa del problema para conocer con precisión la magnitud de la dificultad que atraviesan los artesanos. Asimismo, se utilizó el mapa de actores con el propósito de reconocer a todos los actores implicados en el tema. Además, se recurrió al lienzo de propuesta de valor para definir las estrategias potenciales en el proceso para destacar los productos artesanales sin perjudicar la autenticidad de las mismas, estableciendo así una base sólida para el análisis y la formulación de propuestas.

3. Reto de innovación

Incorporar códigos de autenticación que incluyan catálogos e historia mediante una página *web* llamada *Tampu* para mejorar el valor de sus productos en Lima Metropolitana 2024.

3.1 Preguntas

3.1.1 Pregunta general

¿De qué manera a través de la creación de los códigos de autenticación que incluyen catálogos e historias sobre las artesanías mediante una página *web* podrían apoyar a los artesanos a mejorar el valor de sus productos artesanales, en el año 2024?

3.1.2 Preguntas específicas

P1: ¿Cuáles son las necesidades de los artesanos que se cubrirá en la incorporación de códigos de autenticación que incluyen catálogos e historias mediante una página *web* llamada *Tampu*?

P2: ¿Cómo se va a implementar los códigos de autenticación que incluyen catálogos e historias mediante una página *web* llamada *Tampu* para los artesanos de Lima Metropolitana 2024?

P3: ¿De qué manera se puede generar un impacto en la implementación de códigos de autenticación que incluyen catálogos e historias mediante una página *web* llamada *Tampu* para los artesanos de Lima Metropolitana 2024?

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo general

Implementar códigos de autenticación que incluyen catálogos e historia mediante una página *web* llamada *Tampu* de los artesanos para mejorar el valor de sus productos artesanales en Lima Metropolitana 2024

3.2.2 Objetivos específicos

O1: Investigar las necesidades del beneficiario que se cubrirá con la implementación de códigos de autenticación que incluyen catálogos e historia mediante una página *web* llamada *Tampu* en Lima Metropolitana 2024.

O2: Definir cómo se implementarán los códigos de autenticación que incluyen catálogos e historia mediante una página *web* llamada *Tampu* de los artesanos para mejorar el valor de sus productos en Lima Metropolitana 2024.

O3: Determinar el impacto que traería la implementación de los códigos de autenticación que incluyen catálogos e historia mediante una página *web* llamada *Tampu* en Lima Metropolitana 2024.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

Bardales et al. (2024) Modelo de negocio online de artesanías de las diferentes regiones del Perú El objetivo de este modelo de negocio consiste en implementar un canal de compra en línea, *Yarpay*, para los artesanos con el fin de poder expandirse a un mercado internacional. Además, este canal tiene como objetivo apoyar a los artesanos peruanos en promocionar y difundir sus productos artesanales. La metodología empleada fue el método mediante Valor actual neto y la Tasa Interna de Retorno que se utilizaron para poder evaluar la viabilidad en términos financieros del modelo de negocio. Los resultados de la investigación determinaron que el negocio es una inversión rentable a futuro, ya que ayudaría a diferentes artesanos a promover sus productos artesanales. La utilidad de la investigación es importante porque ayuda a evaluar sobre la viabilidad de algún modelo de negocio, identificar y comprender las necesidades del público objetivo, y también contribuye a comprender lo importante que es promocionar las artesanías peruanas para preservar y difundir la cultura.

Cerpa et al. (2022) Proyecto Manualidades Ya! El objetivo de la investigación es corroborar la viabilidad del proyecto Manualidades Ya!, una aplicación móvil, que busca conectar con artistas y usuarios interesados en adquirir productos artísticos personalizados. Las metodologías empleadas en el proyecto fueron entrevistas y experimentos a usuarios y expertos donde se diseñaron diferentes preguntas y experimentos para poder obtener información, las preferencias de los usuarios y la viabilidad del proyecto. Por último, también se realizó un análisis financiero detallado. Los resultados del proyecto demostraron que es viable económicamente, ya que cuenta con un plan financiero sólido. También se demostró la importancia de la comunicación fluida entre usuarios y artistas, así también como la

necesidad de establecer un sistema con calificación y retroalimentación para así garantizar la satisfacción de ambas partes. La utilidad de la investigación del proyecto es fundamental para identificar las necesidades del mercado y entender a los usuarios, lo que permite a los artistas mejorar constantemente y destacar con sus productos.

Malpica (2020) Diseño de aplicación móvil para poder llevar el diseño peruano al mundo. El objetivo de la investigación es definir el apoyo que necesitan los artesanos y microempresarios dentro del mercado peruano para expandir su trabajo de manera global. La metodología que se empleó fueron entrevistas detalladas y otras herramientas basadas en la metodología Design Thinking, para así poder enfrentar los desafíos y oportunidades descubiertos. Los resultados de esta investigación determinaron que los artesanos y microempresarios atraviesan dificultades para expandir y potenciar sus negocios. Se descubrió la necesidad de elaborar un servicio que incluya herramientas de capacitación, y de igual manera una aplicación nombrada Aymi, que los ayudará a llevar su trabajo al mundo y favorecerá sus ventas. La utilidad de esta investigación es significativa, ya que contribuye a la comprensión de los desafíos que enfrentan y también las necesidades del público objetivo. De igual manera aporta al conocimiento de la demanda de los clientes locales y turistas ante la problemática.

Arriola et al. (2020) Plan de emprendimiento en base a venta de artesanías mediante una plataforma digital: cultural legacy. El objetivo de la investigación es validar la plataforma virtual de ventas de artesanías para ayudar a reactivar el sector de las artesanías en el Perú y sobre todo difundir la importancia y riqueza de la cultura peruana. En la investigación se utilizaron diferentes metodologías como las entrevistas a usuarios y expertos, encuestas experimentos, análisis de resultados y un plan de ejecución. Además, se realizaron investigación de mercados, mapas y análisis de procesos, y planificación estratégica. Los

resultados de esta investigación evidenciaron que el proyecto es viable y prometedor para poder reactivar el sector, ya que se identificó que existen muchos artesanos que aún no saben como promocionar sus productos en internet, pero que se encuentran dispuestos a aprender. Destacó que la artesanía peruana ayuda a que todos recuerden la identidad de la historia peruana y así compartir la cultura a través del arte de cada artesano. La utilidad de esta investigación es muy útil para poder comprender las necesidades de cada artesano para poder promover la cultura peruana a través de las artesanías implementando nuevas tecnologías.

Luna (2021) Actividad del mercado artesanal textil e influencia de la imagen turística de la Textilería Originario del distrito de Písaq - 2021. El objetivo de la investigación es evidenciar la importancia de la artesanía en los sectores económicos, sociales y culturales con la participación de diferentes instituciones públicas para evitar perder la identidad del artesano. La metodología que utilizó la investigación fue de un enfoque mixto donde se realizaron entrevistas, encuestas y observación de campo con instrumentos como formularios y equipo audiovisual. Los resultados de la presente investigación evidencian la importancia de proteger la producción de artesanías originales, ya que se detectó que los turistas no identifican los textiles artesanales originales peruanos y los confunden con los textiles extranjeros perjudicando así la economía de los artesanos peruanos. La utilidad de esta investigación es muy importante para poder comprender la importancia de proteger la producción de artesanías textiles originales y preservar la imagen turística de cada región junto con la protección de la producción artesanal original.

4.2.1 Sector Artesanía

La artesanía es el arte que vincula el patrimonio y tradición de una región. A nivel nacional el sector posee una gran importancia para la economía del país, ya que representan un grupo muy numeroso con grandes aportaciones al PBI, generando así una mayor

oportunidad de trabajo (Paredes y Quispe, 2020). Sin embargo, este sector se ha visto afectado por diferentes adversidades, por ello, en la presente investigación se busca destacar la originalidad de cada producto artesanal y aumentar las ventas de ellas.

4.2.2 Registro Nacional del Artesano - RNA

Mantiene un registro de los artesanos, empresas, asociaciones e instituciones privadas que estén relacionadas al sector artesanal. Al registrar o actualizar sus datos pueden acceder a diferentes beneficios como convocatorias para las distintas ferias comerciales, programas de formación, financiamientos, capacitaciones y asistencias técnicas, etc (Registro Nacional del Artesano - RNA, 2023).

4.2.3 Artesanos

Los artesanos son personas que realizan productos de manera manual inspirados en la historia y cultura. Ellos se caracterizan por la creatividad que poseen al realizar cada pieza que refleja la tradición e historia de su región (Paredes y Quispe, 2020). En la siguiente investigación, se busca poder ayudar a los artesanos a destacar su arte original para que los turistas puedan identificar las artesanías desarrolladas con la originalidad de un artesano de la región.

4.2.4 Productos artesanales

Según, UNESCO (1997, como se cito en López Rojas Y Heredia Chara, 2020) menciona que los productos artesanales realizados por artesanos son totalmente hechos a mano con la ayuda de herramientas manuales o mecánicas donde expresan su cultura. De esta manera se puede afirmar que los productos hechos por auténticos artesanos son producidos por ellos mismos.

4.2.5 Códigos de autenticación

Los códigos de autenticación son códigos que ayudan a los usuarios a verificar la identidad de un usuario al momento de acceder a un servicio o sistema. Estos códigos se utilizan para asegurarse de que el usuario que está solicitando el acceso es quien dice ser y tiene los permisos adecuados para realizar la acción requerida (Rodríguez, 2023).

Código *QR* (*Quick Response*):

Los códigos *QR* son un tipo de código de barras bidimensional que almacena información de manera codificada. Estos son de fácil lectura y permiten una rápida interacción con la información contenida. Es una herramienta muy útil para compartir información de manera eficiente. (Hernández-Moreno et.al, 2020). En la presente investigación se utilizarán códigos de autenticación mediante un *QR* que ayudarán a los artesanos a poder identificar que se encuentran registrados, permitiendo que los turistas puedan identificarlos con facilidad.

4.2.6 Página Web

Es una plataforma en donde se puede observar y comercializar servicios o productos que se ejecutan en internet donde los datos se pueden almacenar dentro de esta *web*. Se debe tener en cuenta que para utilizar esta plataforma no se necesita instalar ningún dispositivo, ya que solo se necesita internet (Palma, 2022). En esta investigación, se plantea usar una *web* para poder facilitar el acceso a todos los turistas y artesanos sin la necesidad de descargar algo adicional en sus teléfonos.

4.2.7 Catálogos

Es un muestrario digital de productos que incluye imágenes, características, vídeos y precios para ayudar a promocionar los diferentes productos de los vendedores. Además, un catálogo puede estructurarse diferente para cada persona según su preferencia para mostrar

sus productos. (Soto-Cristancho, 2023) En el proyecto implementaremos catálogos en la *web* para ayudar a los artesanos a compartir aún más su arte a los diferentes turistas de manera digital.

4.2.8 Importancia de las historias

Es importante compartir las tradiciones a través de artesanías que reflejan la identidad cultural y las raíces de cada región. Es por eso que las historias detrás de cada producto artesanal generan un valor cultural único, ya que reflejan la historia de cada lugar. (Cáceres y Gómez, 2020). Por ello, en el proyecto es fundamental que cada artesano pueda compartir sus historias sobre sus productos para así poder empatizar aún más con los clientes.

4.2.9 Importancia de demostrar la originalidad de los productos artesanales

Según Acuña (2019), la originalidad en las artesanías es muy importante, ya que permite a los artesanos destacar su arte y cultura de su región en el mercado competitivo. Además, la originalidad en cada artesanía ayuda a preservar de manera respetuosa la identidad cultural de una comunidad o región.

De la misma manera, León (2021) menciona que cada pieza al ser realizada de manera manual se vuelve única y diferente a las demás volviendo así la originalidad una de las mayores fortalezas del negocio de los artesanos.

Por ello, en el presente proyecto se busca compartir e incentivar que se pueda distinguir la originalidad de cada producto artesanal.

4.2.10 *Tampu*

Según Bobadilla (2020), en un estudio arqueológico resaltó que las principales funciones de los *Tampus* consisten en brindar alojamiento a los viajeros del imperio inca. Por ello, la página *web* tendrá ese nombre para generar no solo un vínculo con el turista o viajero si no también una conexión con la historia y cultura peruana.

5. Beneficiarios

5.1 Directos

La implementación de códigos de autenticación mediante una página *web* llamada *Tampu* que está enfocada en ayudar a los artesanos de Lima Metropolitana a destacar la originalidad de sus productos.

5.2 Indirectos

Son los turistas o compradores de artesanías, ya que ellos son los que buscan comprar algún producto artesanal para llevarse a casa. Sin embargo, ellos no logran identificar la originalidad de una artesanía peruana y compran productos que no son originales de la región.

5.3 Arquetipo del cliente

Daniel es un artesano con más de 10 años de experiencia en la creación y venta de productos artesanales de la región de Ayacucho. A él le gusta mucho diseñar y crear retablos ayacuchanos, ya que son parte de su cultura. También le encanta compartir como es la elaboración de los retablos para así poder conectar con los clientes y poder ayudarlos a encontrar el retablo perfecto que buscan. Actualmente, hay grandes cambios en el mercado y sector turismo generando grandes fluctuaciones en el mercado; Por ello, Daniel aspira poder encontrar canales de distribución que le permitan obtener una ganancia justa por su trabajo y sobre todo que sus productos no pierdan su esencia.

Últimamente, Daniel ha observado un creciente aumento en el mercado local de productos masivos extranjeros, incluyendo artesanías, los cuales se comercializan a precios más bajos. Esta tendencia ha generado inquietud entre los artesanos, como es el caso de Daniel, quien experimenta una profunda consternación ante el aumento de la disminución de

sus ventas, ya que los turistas y potenciales compradores no identifican la autenticidad de una artesanía de la región prefiriendo las que mantengan un precio más bajo.

Es por eso que Daniel siente que pese a que cuenta con una amplia trayectoria en el mercado artesanal, no posee un distintivo que lo distinga como un artesano auténtico ante los turistas y posibles compradores.

Los arquetipos fueron desarrollados en referencia a la información recopilada por entrevistas, encuestas, talleres generativos y mapa de actores que se dividió en tres secciones:

Centrales: En esta sección se encuentran los artesanos y comerciantes de artesanías auténticas de la región, debido a que ellos son los protagonistas de la problemática presentada.

Directos: En esta sección, se encuentran los turistas o compradores de artesanías, ya que ellos desempeñan un papel crucial en la economía del sector artesanal.

Indirectos: En esta sección se encuentra el Mincetur, el Registro Nacional del Artesano y diferentes ONGs que se encuentren interesados en el bienestar del artesano.

5.4 Cantidad de beneficiarios

La presente investigación va enfocado a Artesanos de Lima Metropolitana. En 2021, según el Registro Nacional del Artesano se registraron más de 90,416 y Lima cuenta con aproximadamente 6,858 artesanos registrados. (Mincetur, 2021). Fueron escogidos, según la delimitación social y la investigación realizada, con la finalidad de poder ofrecer un mejor servicio.

6. Propuesta de Valor

6.1 Propuesta de valor

Ayudar a los artesanos a destacar sus productos artesanales mediante la incorporación de códigos de autenticación que incluyan catálogos e historias mediante una página *web*

llamada *Tampu* para mejorar el valor de sus productos artesanales y, de esta manera aumentar sus ventas y conexión con los clientes.

6.2 Segmento de clientes

Se cuenta con dos potenciales clientes principales: los turistas/compradores de artesanías que se encuentren visitando Lima Metropolitana y deseen comprar algún producto artesanal auténtico de la región; y las empresas de exportación al extranjero que busquen comprar artesanías originales de la región para vender en otro país.

6.3 Canales

El canal principal donde se encuentran los *QRs* son los productos artesanales que al escanear se dirigirá a una página *web* donde se verificará la autenticidad de la pieza y que está hecha por un artesano especialista de la región. Además, de navegar en ella se podrá realizar compras desde la plataforma. Asimismo, los canales por los cuales se difundirá el uso de *Tampu* será por redes sociales donde se podrá conocer sobre su uso, funciones, características, beneficios, etc.

6.4 Relación con los clientes

La relación con los artesanos en la página *web* será de manera amigable y sencilla para que puedan subir sus catálogos, productos, videos, etc de manera sencilla. Además, de contar con un soporte de atención para poder brindar ayudar en caso lo necesiten.

La relación con los turistas o compradores será amigable y adaptable a cada uno con respecto al idioma, ya que en la plataforma van a poder escoger el idioma de su preferencia y así evitar problemas de comunicación.

Actividades clave

Para llevar a cabo la plataforma *web* se necesita completar los siguientes pasos:

- Diseñar y programar la plataforma “*Tampu*” en su totalidad

- Comprar el dominio, la base de datos y registrar la marca en Indecopi.
- Diseñar los *QRs* para cada artesano, imprimir y repartir cada *QR*.
- Desarrollar la campaña publicitaria digital que le llegaría a nuestro consumidores para que conozcan nuestro servicio.
- Una vez la *web* esté en funcionamiento, se contratará personal para el mantenimiento de la página y personal de soporte técnico para atender cualquier duda de los usuarios.

Recursos clave

Como recursos clave se necesita:

- Diseñadores y programadores para el desarrollo de la plataforma.
- El dominio, base de datos y registro de marca.
- Publicistas para el desarrollo de la campaña publicitaria digital.
- Personal de soporte técnico y mantenimiento de la plataforma.
- Computadoras.
- Impresoras.
- Internet.

Aliados clave

Para generar el contenido de nuestra plataforma se necesita la ayuda de aliados que son:

- Expertos en SEO y SEM que ayudarán a posicionar a la página *web* en los motores de búsqueda.
- Líderes clave de opinión en viajes para incentivar y dar a conocer los *QRs* y la *web*.
- Mincetur para incentivar el uso de la página *web* y *QRs*.

- Registro Nacional de Artesanos para poder contactar de manera rápida con los artesanos y incentivarlos a usar el *QR* y la *web*.
- *IzzyPay* ayudarán con la pasarela de pagos, ya que es de forma clara y directa.

Fuentes de ingresos

El proyecto se sostendrá con la venta por página *web*, ya que se hará un cobro por servicio de 2 soles al momento de la compra. También se contará una membresía premium con un costo de 9.90 soles que incluirá contenido exclusivo, descuentos, delivery, etc. para cada usuario de esta manera generar ingresos y recuperar la inversión.

Tabla 1.

Inversión Inicial

Item	Descripción de recursos	Importe
Recursos de producción	1 Programador	S/.4.000,00
	1 Diseñador	S/.0,00
	1 Gestor <i>web</i>	S/.0,00
Recursos administrativo	1 computadora	S/.0,00
	1 dominio	S/.269,99
	1 laptop	S/.2.500,00
Recursos Logístico	1 impresora	S/.600,00
	1 troquelador de stickers	S/.1.200,00
Total		S/.8.569,99

Tabla 2.*Gastos Mensuales y Anuales*

Ítem	Descripción de recursos	Gasto mensual	Anual
Recursos de producción	Mantenimiento <i>web</i>	S/.600,00	S/.7.200,00
	1 Diseñador	S/.0,00	S/.0,00
	1 Gestor <i>web</i>	S/.0,00	S/.0,00
Recursos administrativo	Luz	S/.300,00	S/.3.600,00
	1 dominio	S/.0,00	S/.269,99
Recursos Logístico	Tinta para impresora	S/.200,00	S/.2.400,00
Recursos de Difusión	Publicidad Digital RRSS	S/.1.000,00	S/.12.000,00
Total		S/.2.100,00	S/.25.469,99

Tabla 3.*Ingresos*

Ítem	Costo unitario	Unidades vendidas -		
		Proyectado	Ingreso Mensual	Ingreso trimestral
Tarifa de Servicio	S/.2,00	2083	S/.4.166,00	S/.12.498,00
Membresía	S/.9,90	2083	S/.20.621,70	S/.61.865,10
Total			S/.24.787,70	S/.74.363,10

7. Resultados

Se logró terminar con éxito el reto de innovación, debido a que se pudo resolver el problema planteado sobre la mayoría de artesanos están siendo desplazados por productos extranjeros que se hacen pasar por artesanías peruanas afectando el flujo de sus negocios y disminuyendo sus ventas en Lima Metropolitana, esto se pudo llevar a cabo mediante la implementaciones de códigos de autenticación mediante la página *web* “*Tampu*” que

incluyen catálogos e historia de los artesanos para mejorar el valor de los productos artesanales.

Se logró validar el proyecto ya que se trabajó con el público objetivo, siendo artesanos de Lima Metropolitana y turistas que visitaban la ciudad, mediante talleres generativos en dónde compartieron sus puntos de vista y recomendaciones de mejora referente a “*Tampu*”.

Se trabajó un producto mínimo viable de la página *web* que fue la creación de una simulación de la página mediante *Figma* donde se aplicaba la dinámica de dar a conocer “*Tampu*” después de escanear los códigos de autenticación y también cuando los usuarios entren desde el buscador del navegador, para así demostrar como la implementación de estos QR’s ayudaría a que los turistas puedan identificar a los artesanos, además de conocer sobre la historia de cada artesanía.

En general, las respuestas brindadas de parte de los participantes fueron positivas y de gran ayuda con respecto a la solución, se evidenció gran interés por recibir mayor información del proyecto. Además, compartieron ideas y estaban dispuestos a difundir información con familiares y amigos. Los resultados presentados se deben a que se realizó el taller con personas que tenían interés en la artesanía y cultura del Perú, donde realizaron distintas actividades como responder preguntas en referencia a la propuesta de valor y brindar opiniones sobre la página *web*, se pudo analizar las distintas respuestas para la mejora del proyecto.

También se realizaron encuestas que se enviaron a las personas del público objetivo, donde se recolectó información para analizar los beneficios y dificultades que se encontraron en la propuesta, y proponer mejoras que mostraron resultados favorables, cumpliendo el objetivo de desarrollo sostenible propuesto en el inicio de la investigación.

8. Conclusiones

En conclusión, el reto de innovación propuesto en esta investigación sobre la incorporación de códigos de autenticación mediante la página web "*Tampu*" ha sido una solución efectiva para poder abordar la problemática de la disminución de ventas por la competencia de productos artesanales extranjeros que enfrentan los artesanos en Lima Metropolitana, ya que esta propuesta busca mejorar el valor de los productos artesanales y aumentar las ventas, también conservar la identidad cultural y promover la originalidad.

Este proyecto beneficia a los artesanos, al permitirles diferenciar sus productos de los demás y conectar con los clientes, también ayuda a los turistas y compradores, al garantizar la autenticidad de los productos artesanales que adquieren. Gracias a esta innovación, se ha logrado enfrentar los desafíos económicos y culturales que afectan al sector artesanal, brindando una herramienta clave para preservar la identidad cultural y promover la autenticidad de las artesanías peruanas.

9. Bibliografía

- Acuña, S. R. (2019). Artesanías del Perú: historia, tradición e innovación. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/473143/Artesanias_del_Peru_dic.2019.pdf
- Alberca, J., Ambrocio, K., y Ore, L. (2019). *Proyecto de innovación e implementación de inca art: Artesanía customizable*. [Tesis de Bachiller, Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada “ZEGEL IPAE”].
<https://repositorio.zegel.edu.pe/handle/20.500.13065/101>
- Arriola, B., Flores, V., Palomino, T., Ramirez de la Cruz, K., Y Soto, C. de F. (2020). *Plan de emprendimiento en base a venta de artesanías mediante una plataforma digital: cultural legacy*. [Tesis de Bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
<https://upc.aws.openrepository.com/handle/10757/655153>
- Bardales, D. L., Garcilazo, K., Lezama, J. P., Ojeda, B. J., Y Rengifo, G. (2020). *Modelo de negocio online de artesanías de las diferentes regiones del Perú*. [Tesis de Bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654561>
- Bobadilla, S. (2020). *Comunidad Territorial Indígena Diaguita de Tambillos*.
https://comunidadterritorialdiaguitatambillos.cl/pdf/informe_antropologico.pdf
- Burns, M. (2015). La artesanía en el Perú en los últimos cuarenta años. *Revista Artesanías de América No. 74*
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1083/1/La%20artesan%C3%ADa%20en%20el%20Per%C3%BA%20en%20los%20%C3%BAltimos%2040%20a%C3%B1os-Madeleine%20Burns.pdf>

Cáceres, M., Y Gómez Castillo, E. (2020). Análisis de la producción y tradición ceramista en el barrio de artesanos Ichimay Wari, Lurín, Perú. *Revista Turismo Y Patrimonio*.

<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2020.n14.08>

Centro de Formación en Turismo [CENFOTUR]. (2023, febrero 28). La crisis del turismo en el Perú. *Cenfotur.edu.pe* [https://www.cenfotur.edu.pe/2023/boletin-1-2023/la-crisis-](https://www.cenfotur.edu.pe/2023/boletin-1-2023/la-crisis-del-turismo-en-el-peru-2/)

[del-turismo-en-el-peru-2/](https://www.cenfotur.edu.pe/2023/boletin-1-2023/la-crisis-del-turismo-en-el-peru-2/)

Cerpa, A., Chaupin, F. de M., Jara, D., Tapia, A., Y Tipte, D. L. (2022). *Proyecto Manualidades Ya*. [Tesis de Bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/661129?show=full>

Curitomay Leiva, V. M., Y Yace Huaman, J. R. (2022). *Medios digitales de comercialización y su incremento de ventas en empresas de artesanía textil, Ayacucho hacia Bélgica, periodo 2018-2021* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/120413>

De la Vega, M. (2023). La artesanía peruana tiene potencial para conquistar más mercados.

Diario oficial El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/219504-la-artesania-peruana-tiene-potencial-para-conquistar-mas-mercados>

Donayre, S. N., Y Cuba, N. (2023). Una mirada cultural hacia el mundo artesano de la Costa Sur del Perú en un contexto de sostenibilidad. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*.

<https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i3.3678>

El Peruano (2023, febrero 6) Gobierno promueve reactivación de la actividad artesanal.

Diario oficial El peruano. <https://www.elperuano.pe/noticia/203815-gobierno-promueve-reactivacion-de-la-actividad-artesanal>

- El Pueblo, R. D. (2023, abril 1). El 80% de artesanos del país podrían quebrar y abandonar el rubro. *Diario El Pueblo*. <https://diarioelpueblo.com.pe/index.php/2023/04/01/el-80-de-artesanos-del-pais-podrian-quebrar-y-abandonar-el-rubro/>
- Gestión. (2023, enero 13). BCR: Turismo pierde US\$ 100 millones al mes por las protestas. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/bcr-turismo-pierde-us-100-millones-de-dolares-al-mes-por-las-protestas-cusco-noticia/>
- González, J. (2024). *Modelo de negocio “Ecuacrafts Shopping”: plataforma digital para artesanos: gerencia de responsabilidad social empresarial y legal* [Tesis de Licenciatura, Universidad Casa Grande].
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/4723>
- Hernández-Moreno, L. A., López-Solórzano, J. G., Y Villanueva-Chi, C. I. (2020). *Códigos QR en actividades académicas de nivel superior*. Vinculatéica EFAN.
<https://doi.org/10.29105/vtga6.2-688>
- Huairá, F. L., Díaz Quispe, P., Nakakado Sánchez, M. K., Paredes Otiniano, N. A., Y Remond Alayza, J. P. (2024). *Plan de negocio para la creación de una plataforma online de venta de prendas de vestir y accesorios con diseños peruanos en el ámbito de Lima moderna*. [Tesis de Bachiller, Universidad Científica del Sur].
<https://doi.org/10.21142/tb.2020.1441>
- León, C. T. (2021). *Plan de negocio para la creación de un marketplace de venta de artesanía peruana para la decoración del hogar en Lima*. [Tesis de Maestría, Universidad ESAN]. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/3082>.

- López, V. D., Y Heredia Chara, A. S. (2020). *Relevancia del uso adecuado de la gestión del inventario como medio para mejorar la rentabilidad de las mypes de artesanías peruanas en Miraflores 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653458>
- Luna, A. (2021). *Actividad del mercado artesanal textil e influencia de la imagen turística de la Textilería Originaria del distrito de Písaq - 2021*. [Tesis de Bachiller, Universidad Alas Peruanas]. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/10402>
- Malpica, V. C. (2020). *Diseño de aplicación móvil para poder llevar el diseño peruano al mundo, Lima 2020*. [Tesis de Bachiller, Universidad de Ciencias y Artes de América Latina]. <https://repositorio.ucal.edu.pe/handle/20.500.12637/378>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021). Día del Artesano Peruano: más de 90 mil artesanos se encuentran registrados a nivel nacional. *Gob.pe*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/348970-dia-del-artesano-peruano-mas-de-90-mil-artesanos-se-encuentran-registrados-a-nivel-nacional>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] (2023). *Registro Nacional del Artesano - RNA*. <https://www.gob.pe/8182-registro-nacional-del-artesano-rna>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Mincetur impulsa medidas para reactivar al sector artesanal*. *Gob.pe*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/527697-mincetur-impulsa-medidas-para-reactivar-al-sector-artesanal>
- Palma, J. E. V. (2022). *Aplicación web para la comercialización de productos elaborados por la Asociación Artesanal de sombreros de paja Toquilla Asoarte*. [Tesis de Titulación, Universidad Estatal del Sur de Manabí].
<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4809>

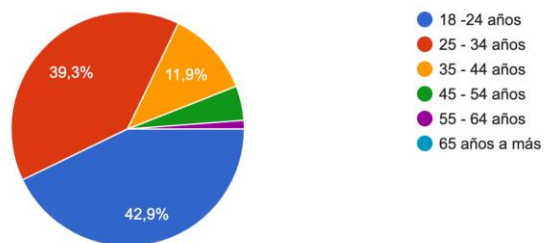
- Paredes, P., y Quispe, N. (2020). *Influencia de la Asociatividad Empresarial como Estrategia de Exportación de las MYPES del Sector Artesanía de la Región Ayacucho - Perú Periodo 2014 - 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652463>
- Rodríguez, J. C. (2023). *Sistema de autenticación basado en códigos QR para acceso a servicios proporcionados por la UTN*. [Tesis de Bachiller, Universidad Técnica del Norte]. <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/14367>
- Soto-Cristancho, K. (2023). *Diseño de Catálogo Virtual sobre el Valor y Tradición de las Artesanías de la Comunidad Indígena Inga en Colombia*. [Tesis de Bachiller, Universidad de Santander].
<https://repositorio.udes.edu.co/entities/publication/cff20cb7-3d4c-4dd8-87ce-241ef1137edd>
- Universidad Cesar Vallejo. (2023). Turismo, economía y otros sectores son afectados seriamente por la crisis en Perú. *Universidad Cesar Vallejo*.
<https://www.ucv.edu.pe/noticias/turismo-economia-y-otros-sectores-son-afectados-seriamente-por-la-tesis-en-peru>

10. Anexos

Anexo 1 : Encuestas

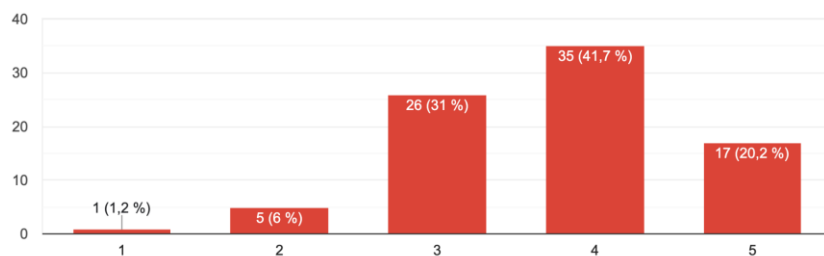
¿Cuál es su rango de edad?

84 respuestas



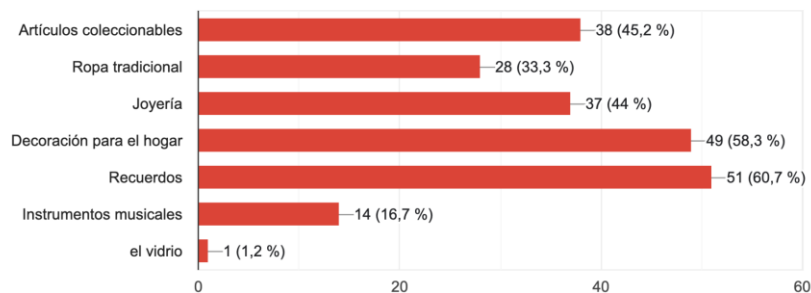
En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la calidad de las artesanías disponibles en los puestos de Lima?

84 respuestas



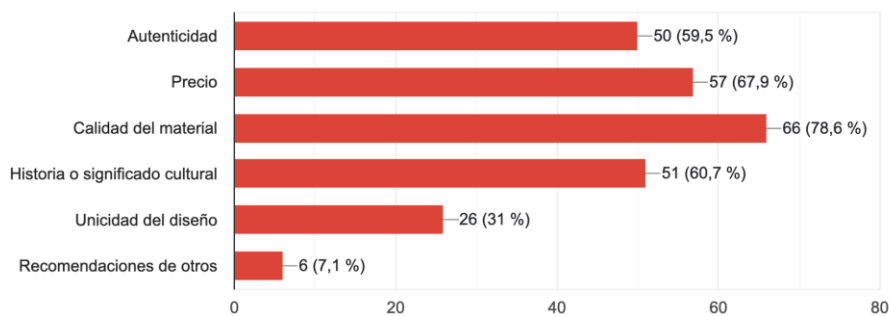
¿Qué tipo de artesanías le interesan más?

84 respuestas



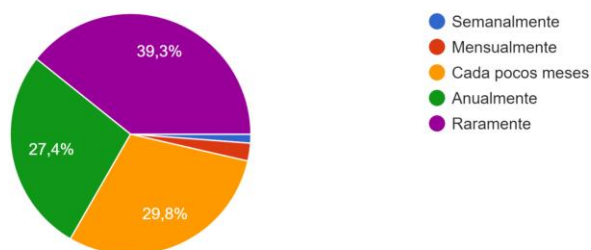
¿Qué factores considera importantes al comprar artesanías? (Seleccione todas las que apliquen)

84 respuestas



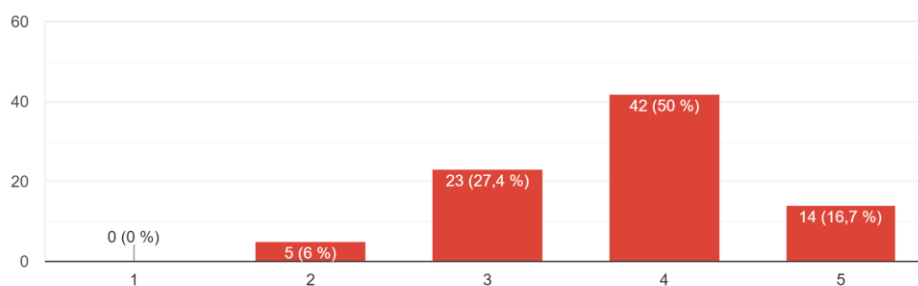
¿Con qué frecuencia compra artesanías en los distritos turísticos de Lima?

84 respuestas



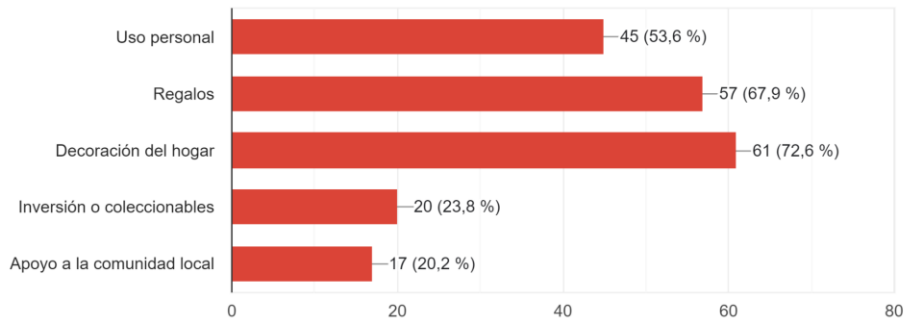
Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho está con las experiencias de compra anteriores de artesanías en Lima?

84 respuestas



¿Para qué propósitos suele comprar artesanías? (Seleccione todas las que apliquen)

84 respuestas



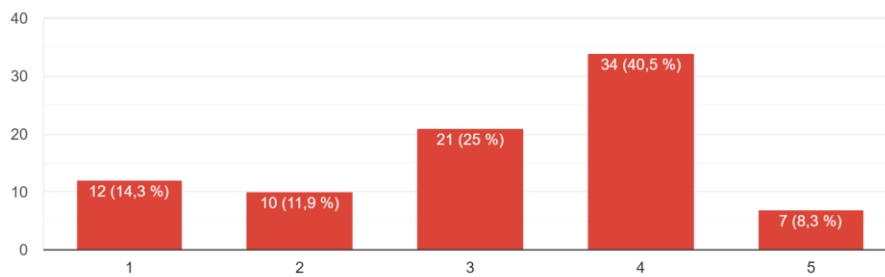
¿Qué le inspira a seleccionar un determinado puesto de artesanías?

84 respuestas

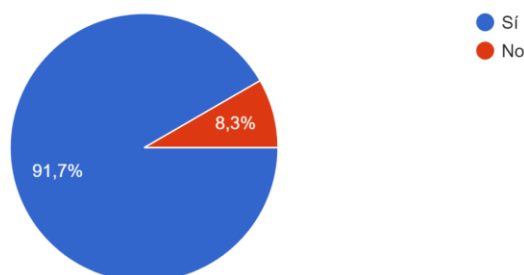


En una escala del 1 al 5, ¿qué tanto influyen las redes sociales en su decisión de comprar artesanías?

84 respuestas



¿Estaría dispuesto/a a apoyar la artesanía peruana?
84 respuestas

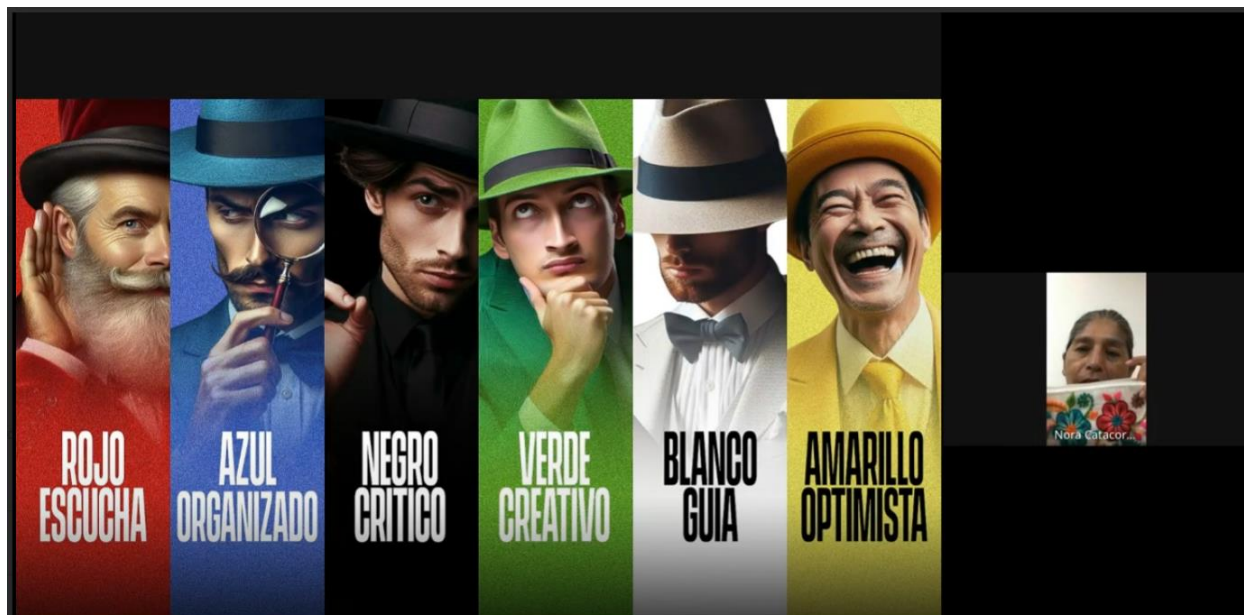


Anexo 2: Preguntas de entrevistas a artesanos

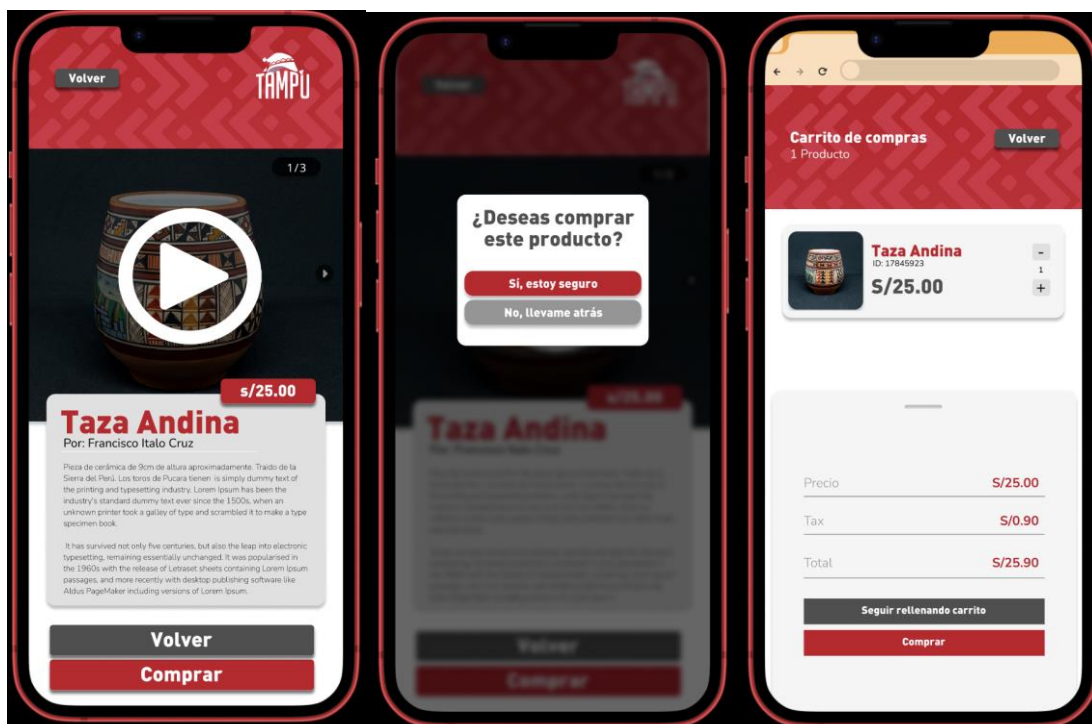
- 1) ¿Cómo es su rutina desde que comienza hasta que termina el día?
- 2) ¿Cómo selecciona los materiales y diseños?
- 3) ¿Cómo describiría su relación con sus clientes? ¿Qué busca ofrecerles más allá de los productos?
- 4) ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en su negocio? ¿Cómo los ha superado?"
- 5) Desde su experiencia, ¿cómo ha evolucionado el mercado de artesanías en Lima en los últimos años?
- 6) ¿Qué importancia cree que tienen las artesanías en la cultura y sociedad de Lima?"
- 7) ¿Utiliza alguna estrategia especial para promocionar y vender sus productos? ¿Cómo ha integrado las redes sociales o tecnologías digitales en su negocio?"
- 8) ¿Cuáles son sus planes a futuro para su negocio? ¿Hay algún cambio que le gustaría implementar o metas que desea alcanzar?
- 9) Si tuviera que dar un consejo a alguien que quiere iniciar en el comercio de artesanías, ¿cuál sería?
- 10) En el contexto de las recientes crisis políticas y los cambios socioeconómicos en el país, ¿cómo cree que estas situaciones han afectado su negocio de artesanías? ¿Ha notado alguna

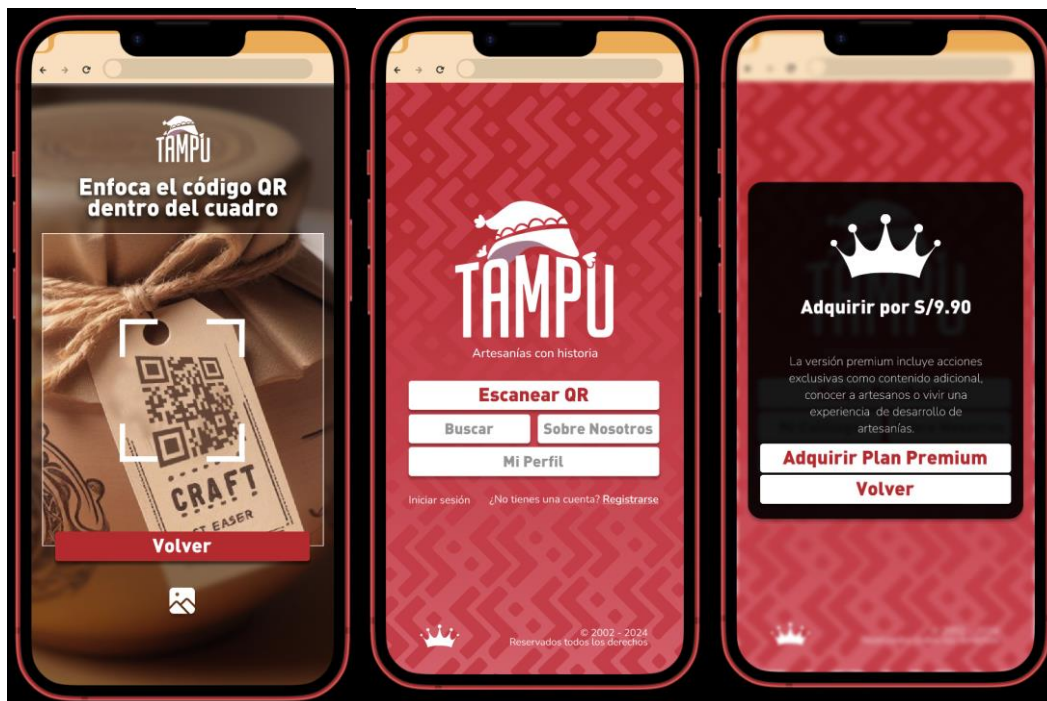
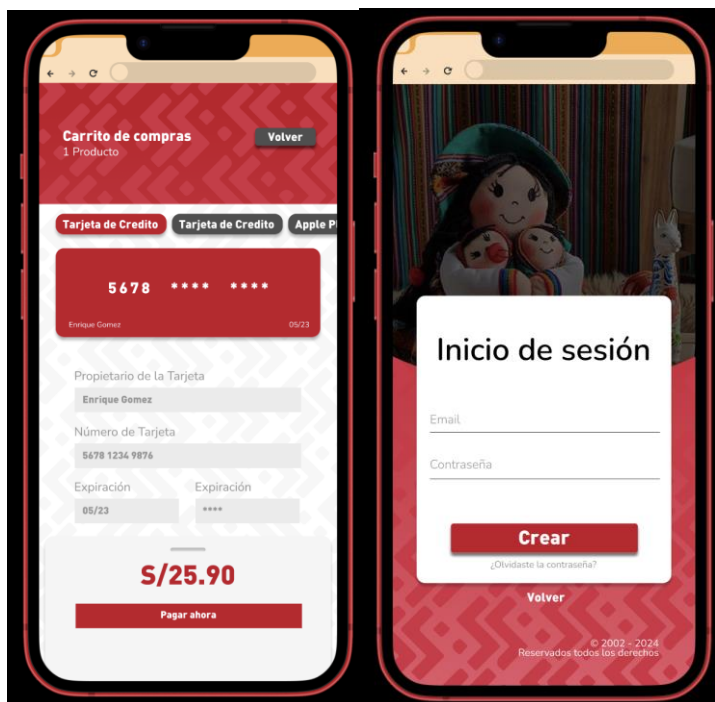
variación en las ventas, demanda de ciertos productos o en la forma en que los clientes interactúan con su negocio debido a estos acontecimientos?

Anexo 3: Taller generativo

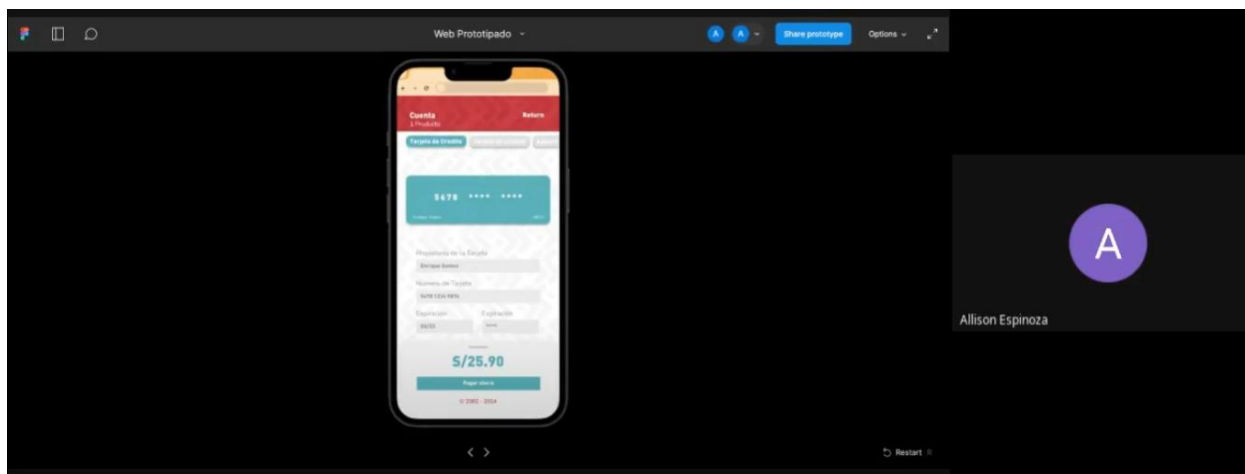
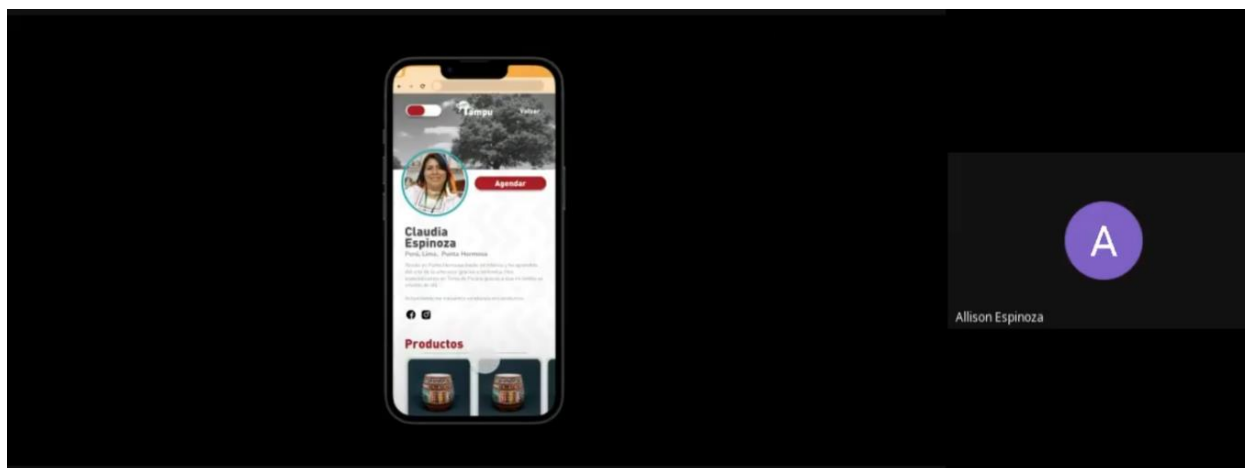


Anexo 4: Producto Mínimo Viable





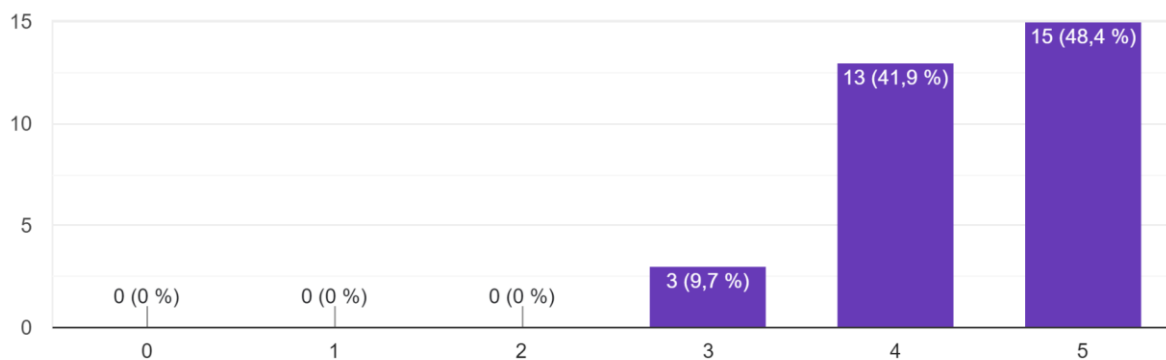
Anexo 5: Taller de validación



Anexo 6: Encuestas de validación

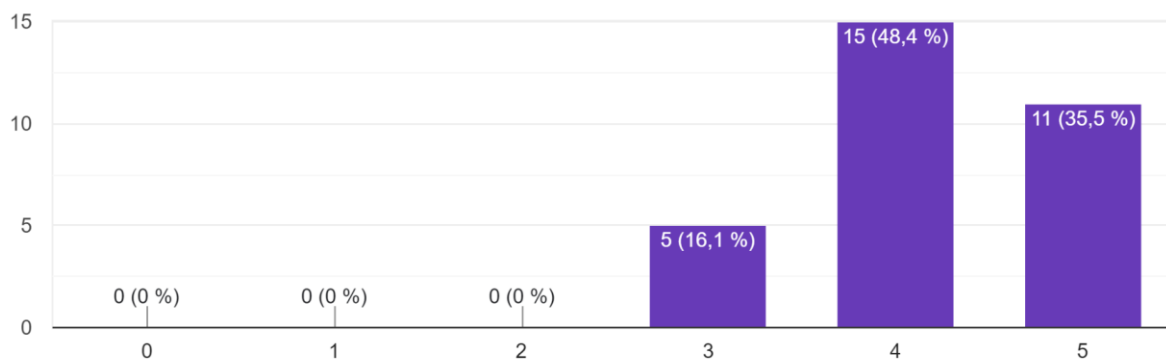
¿Consideras que nuestro Web es interesante y que añade valor a los artesanos mostrando autenticidad y cultura? Siendo 0 muy poco interesante y 5 muy interesante

31 respuestas



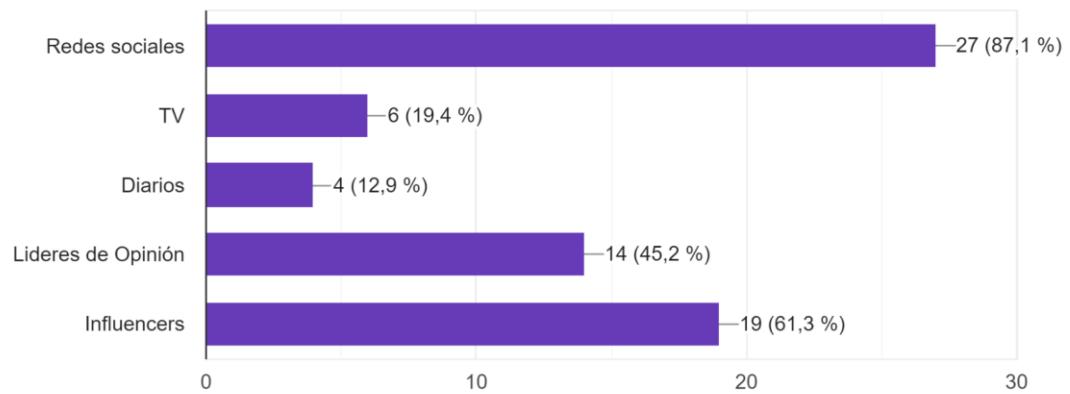
¿Con que frecuencia usarías la Web Tampu para conocer más sobre artesanías? Siendo 0 poco frecuente y 5 muy frecuente

31 respuestas



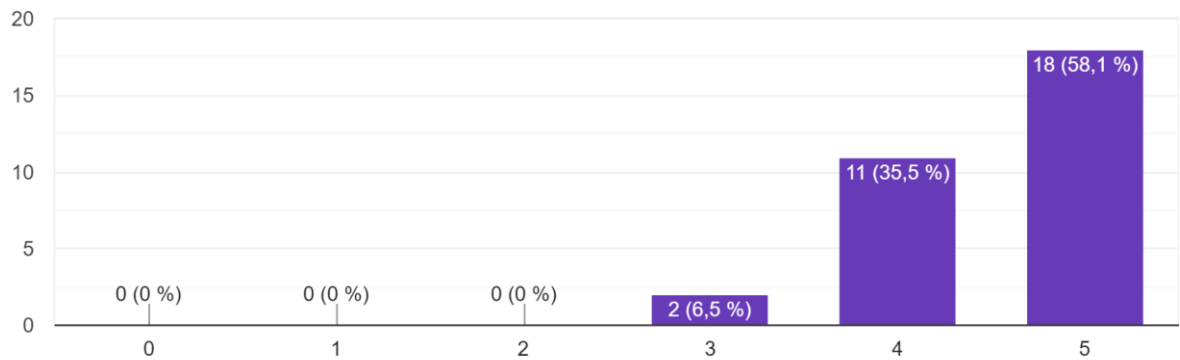
¿A través de que canales te gustaría conocer sobre nuestra Web?

31 respuestas



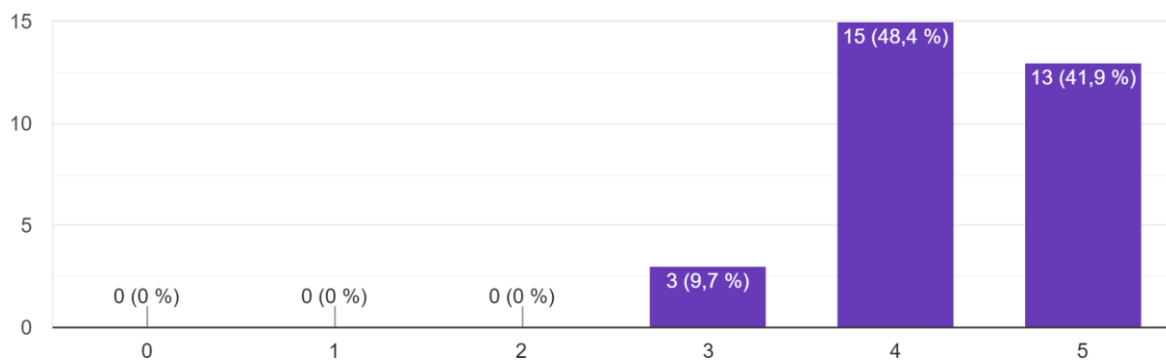
¿Qué tan amigable te parece la web Tampu? Siendo 0 muy poco amigable y 5 muy amigable.

31 respuestas



¿Cómo calificarías el aspecto y la sensación visual de la Web Tampu? (escala de 0 a 5)

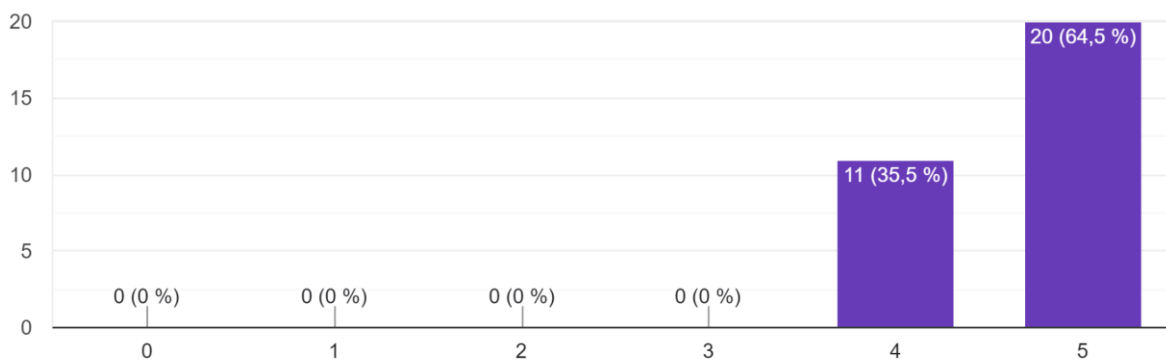
31 respuestas



¿Consideras que la Web cumple con sus expectativas de categoría cultural en el ámbito digital?

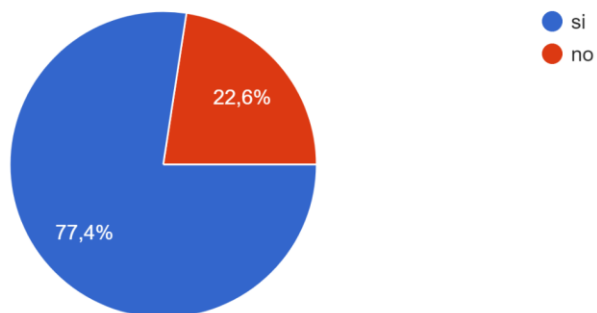
Siendo 0 no cumple y 5 cumple notablemente

31 respuestas



¿Pagarías por una versión premium con el fin de que puedas acceder acciones exclusivas, como contenido, conocer a los artesanos o vivir una experiencia de desarrollo de artesanías?

31 respuestas



¿Recomendarías nuestra web a amigos y familiares?

31 respuestas

