

Cumbre Nacional de Desarrollo Tecnológico, Investigación e Innovación InnovaTecNM 2022
I.T.S. de Teziutlán
Región 5

MEMORIA TÉCNICA DEL PROYECTO

Folio:	Ti-4043
Nombre corto:	ValorArte México
Nombre Descriptivo:	App que promociona artesanías
Categoría:	Tecnologías de la Información y Comunicación de la industria 4.0
Descripción general de la problemática planteada:	El área de la educación es de los sectores más afectados por el COVID-19, continuando las clases a distancia y el problema principal es que se ha seguido con el formato de educación tradicional el cual no es adecuado para llevarse a cabo por medios digitales. Esto impulso varias plataformas de cursos online las cuales de antemano ya estaban especializadas en e-learning y crecieron de manera desmesurada debido a su eficacia. Pero estas mismas plataformas cuentan con 2 problemáticas: La alta tasa de deserción hacia los cursos en línea, ya que la gran mayoría no son completados y por otro lado, al ser un proceso de formación individual no permite el desarrollo de habilidades blandas para el trabajo en equipo.

1. Estado del arte y/o de la técnica:

Con respecto a la búsqueda de la literatura, se pueden encontrar ejemplos en el extranjero como la empresa Artesanum que realiza entregas dentro del continente europeo, mientras que Etsy se enfoca en artesanías de todo el mundo y cuenta con poca variedad de artesanías mexicanas.

En México también se busca impulsar la venta de artesanías con el desarrollo de diferentes plataformas como lo son: artesanías de México y Teterete, ambas limitándose a un sitio web con un modelo de e-commerce que genera un alza en el precio de los productos.

Otro prototipo que se desarrolló fue la app Bioleta donde se buscaba poder apoyar a los artesanos en la promoción de sus artículos en una época post pandemia, sin embargo, no se concluyó satisfactoriamente el desarrollo del proyecto (VillaSeñor, 2020).

Este proyecto busca la manera de realizar publicidad a las artesanías. En palabras de (León Sáez, 2020), si se realiza una buena inversión publicitaria, se estima que las ventas pueden tener hasta un 20% más de ganancias.

Teniendo en cuenta que en México la venta de artesanías representa el 4% de PIB turístico del país (Turismo, 2021), es necesario desarrollar soluciones tecnológicas que permitan impulsar el mercado artesanal y con ello ayudar a los artesanos a promocionar sus creaciones con el objetivo de reactivar la economía del país.

2. Descripción de la problemática o área de oportunidad:

La principal problemática de los artesanos es la brecha digital, es decir, no cuentan con servicios tecnológicos ni infraestructura que permitan promocionar sus artesanías haciendo que su mercado se encuentre limitado.

Aunado a esto, el sector artesanal ha sido uno de los más afectados por la pandemia que ocasionó el virus SARS-Cov-2 debido a que muchos negocios se vieron en la necesidad de cerrar al no tener un posicionamiento online.

Otro problema más es que se desconocen las ubicaciones geográficas donde pueden adquirir productos artesanales.

Finalmente, se carece de aplicaciones de ventas de artesanías debido al cuidado que se debe tener a la hora de transportar los productos.

3. Definición del arquetipo del cliente:

Los clientes potenciales son los artesanos de la región de Puebla entre 25 a 60 años con ingresos de clase baja-alta, teniendo aspiraciones de hacer crecer su negocio, e incrementar sus ingresos a través de la venta de sus productos. Por lo regular, estas personas viven en zonas rurales donde la adaptación a la tecnología es muy complicada y no cuentan con los recursos para poder hacer una buena publicidad.

Así mismo, existen clientes que hablan otra lengua y otros que solo cuentan con educación básica. En ocasiones, los artesanos tienen que viajar para ofrecer sus productos en las ferias de los pueblos cercanos.

4. Propuesta de valor:

Se mantendrá informados a los artesanos sobre la aceptación y consulta de los productos a través de un reporte de reacciones con el objetivo de conocer cuáles son los intereses de los usuarios.

Otro beneficio es hacer publicidad en las diferentes redes sociales para que se dé a conocer la tienda del artesano y las personas que sigan la página se animen a visitarla. Por otro lado, se ayudará a generar diseños gratuitos que den una mejor presentación a los productos que se visualizan en la aplicación. Finalmente, la experiencia de usuario de la aplicación es amigable y accesible para el público objetivo.

5. Grado de innovación:

La aplicación de Valorarte contará con un servicio de notificaciones push que les indique a los usuarios las tiendas más cercanas a su ubicación geográfica y cuáles son los productos que encontrará en esa región. Otra ventaja que tiene la aplicación es que se le entregará un reporte al artesano donde contenga el número de veces que se consultaron sus productos.

Así mismo, se le brindarán recomendaciones a los artesanos de los productos que más buscan los usuarios de la aplicación con el objetivo de dar a conocer las tendencias en el mercado artesanal de acuerdo con la temporada del año y de los eventos culturales de la región.

6. Viabilidad técnica:

A continuación, se enlistan los requerimientos que se necesitan para poder utilizar la aplicación:

- Teléfono inteligente: Según los datos presentados por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), para el 2020, el 91.8% de usuarios de teléfono celular ya cuenta con un equipo inteligente (Gobierno de México, 2021).
- Acceso a internet: La encuesta antes mencionada estima que existen 84.1 millones de usuarios que navegan por internet y que el 96% utiliza como medio el Smartphone.
- Host y base de datos: En lo que se refiere a la información de productos y proveedores, se tiene configurado un host en internet que, gracias al plan y a la tecnología de desarrollo, permite utilizar planes que son muy accesibles.
- Licencia de Tiendas virtuales: el proyecto fue desarrollado con un framework que permite compilar y exportar la aplicación para Android y iOS. De esta forma, se requiere de un pago único en Play Store y un pago anual en App Store.
- Configuración de características especiales: para poder buscar tiendas de artesanos, se requiere activar servicios como lo son geolocalización y notificaciones para poder mostrar al usuario donde se encuentra la tienda más cercana.
- Alta de proveedores y productos: almacenar en la base de datos las principales tiendas que ofrecen artesanías para consultarlas desde la app.

7. Referencias bibliográficas:

- Gobierno de México. (22 de junio de 2021). En México hay 84.1 millones de usuarios de Internet y 88.2 millones de usuarios de teléfonos celulares: ENDUTIH 2020. <https://www.gob.mx/sct/prensa/en-mexico-hay-84-1-millones-de-usuarios-de-internet-y-88-2-millones-de-usuarios-de-telefonos-celulares-endutih-2020?idiom=es>
- Secretaría de Turismo. (3 de marzo de 2021). Firman convenio de colaboración la Secretaría de Turismo y el Fonart. Obtenido de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/firman-convenio-de-colaboracion-la-secretaria-de-turismo-y-el-fonart>
- Villaseñor Ortega, G., Cantu Muñoz, G., Pérez Meraz, V., & Abascal Mena, M. d. (2020). Bioleta: collaborative mapping and fairer trade for artisans. *Avances en Interacción Humano-Computadora*, 5(1), 45 - 53.
- León Sáez de Ybarra, J. L. (2020). Publicidad y aumento de las ventas. Estudio inductivo sobre campañas vendedoras. *AdComunica*, 311-334. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.13>