



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

Estrategias de reinención de los artesanos de MINKA para promover
el turismo en tiempos de crisis, Trujillo 2020-2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORAS:

Ramírez Borjas, Perla Jimena (ORCID: 0000-0002-3121-5237)

Solís Bustamante, Karina Elizabeth (ORCID: 0000-0002-2438-3558)

ASESOR:

Mg. Mogollón García, Francisco Segundo (ORCID: 0000-0003-0188-0049)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y Recursos Turísticos

TRUJILLO - PERÚ

2021

Dedicatoria

Este proyecto de investigación se lo dedicamos a nuestros padres que nos formaron con valores y amor, por la confianza y apoyo incondicional para lograr nuestras metas; a mi hija que es mi mejor motivación de vida para luchar y cumplir mis sueños.

Las autoras

Agradecimiento

Queremos agradecer en primer lugar, a Dios por brindarnos la fuerza y sabiduría; permitiéndonos realizar satisfactoriamente este trabajo de investigación tan importante en nuestra formación profesional. A nuestros padres, por su esfuerzo, amor y comprensión; familia por su motivación y tan buenos deseos en nuestras vidas; así mismo le agradecemos con mucho respeto y cariño a los profesionales de la carrera que con su compromiso nos apoyaron culminar con éxito esta etapa.

Las autoras

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.	14
3.3. Escenario y periodo estudio	14
3.4. Participantes	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.6. Procedimiento	15
3.7. Rigor científico	16
3.8. Método de análisis de datos	16
3.9. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
V. CONCLUSIONES	36
VI. RECOMENDACIONES	38
VII. REFERENCIAS	40
ANEXOS	44
Anexo 1: Matriz de Consistencia	44
Anexo 2: Matriz de categorización	45
Anexo 3: Instrumentos	49

Anexo 4: Validaciones	52
Anexo 5: Pruebas de confiabilidad	54
Anexo 6: Constancia de Turnitin	55
Anexo 7: Transcripción de entrevistas	56
Anexo 8: Fichas de Observación	75

Resumen

La presente investigación se realizó en el marco de la reactivación económica generada por las políticas públicas de salubridad en el contexto de la pandemia del Covid19; por tanto, tuvo como objetivo principal, identificar las estrategias de reinversión de los artesanos de MINKA para promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo. Se trató de un trabajo cualitativo de tipo básico descriptivo. Para el recojo de datos se utilizó la entrevista a cinco artesanos locales y una ficha de observación aplicada en los puntos de venta artesanal, registrándose información relacionada con las características de los productos ofertados. Al término de la investigación se pudo establecer como conclusión general, que los artesanos de Trujillo no lograron establecer ninguna estrategia de reinversión, dado que, solo dos de los cinco factores estudiados han tenido algún nivel de ejecución, éstos se relacionan con el desarrollo de los productos y sus correspondientes características en calidad, diseño e innovación; además de la adaptación e implementación de las normas sanitarias establecidas a nivel nacional. En relación con los procesos de organización, comercialización y uso de herramientas de marketing digital, pudo encontrarse debilidades que obligan a replantear su planificación e implementación.

Palabras clave. Artesanía, estrategia, comunicación digital, comercialización, organización.

Abstract

This research was carried out within the framework of the economic reactivation generated by public health policies in the context of the Covid19 pandemic; therefore, its main objective was to identify the reinvention strategies of MINKA artisans to promote the development of tourism in the province of Trujillo. This is a qualitative work of a basic descriptive type. To collect data, five local artisans were interviewed and an observation sheet was applied at the points of sale of handicrafts, recording information related to the characteristics of the products offered. At the end of the research, the general conclusion was that the artisans of Trujillo have not been able to establish strategic reinvention processes, given that only two of the five processes studied have had some level of execution; these are related to the development of products and their corresponding characteristics in quality, design and innovation; in addition to the adaptation and implementation of the sanitary norms established at the national level. On the contrary, in relation to the processes of organization, commercialization and the use of marketing and digital communication tools for sales, weaknesses can be found that make it necessary to rethink their planning and implementation.

Keywords: Crafts, strategy, digital communication, marketing, organization

I. INTRODUCCIÓN

El arte textil artesanal es una de los factores principales de la vida de la población peruana ya que en ella se plasma las tradiciones, costumbres, creencias de nuestros antepasados así mismo resalta el valor que tiene en el país, evolucionado de manera rápida, donde se ha considerado como expresiones plasmadas de los patrones culturales que las generaciones iban dejando a su legado y estos iban transmitiendo de padres a hijos; hoy en día se ha convertido en una actividad comercial y turística con sobresalientes perspectivas futuras. De acuerdo con el Registro Nacional del Artesano se encuentran inscritos más de 72 000 mil artesanos registrados siendo un de 74 % mujeres y 26 % hombres. En el Perú existen regiones que tienen mejor desarrollo de la artesanía que en otras ciudades, pero existen comunidades que aún conservan sus técnicas, tradiciones sin ser tocados o variados por el mundo de la globalización (MINCETUR, 2020).

La provincia de Trujillo cuenta con diferentes entidades que buscan incentivar el tema empresarial de la artesanía; entre ellos tenemos al CIEPD MINKA que es una organización sin fines de lucro integrado por 100 artesanos formados en 10 redes empresariales en la región La Libertad distribuidos en la provincia de Trujillo donde encontramos a Huanchaco, Laredo y Moche; algunas asociaciones denominados como : Manos Milenarias, Lord Chimú, Brillos Muchik, El caracol, Artesanal Huanchaco; los cuales venían impulsando sus trabajos de tejidos, cerámica, pulseras, chompas; entre otros, al público nacional como internacional. Los artesanos resaltan la trascendencia del sector por ser uno de los pilares de la cultura e identidad del país y el nivel de riesgo que se presenta a las tradiciones ancestrales de los que son portadores y con el tiempo se puedan perder (Rivas, 2018).

Esta asociación se ha visto estancada económicamente ya que ellos vendían sus productos a través de ferias y la exportación que se lograba realizar con los convenios que tenían en Europa pero debido a esta crisis muchos de ellos han dejado de producir ya que no cuenta con recursos y menos con estrategias de reinversión, de tal manera se pueda innovar en la calidad de sus productos, sus diseños y sobre todo innovando con nuevos insumos que generen en el visitante una mayor atracción, así mismo mejorar sus canales de distribución y sobre todo

la comercialización a través de adopción de herramientas digitales que hoy en día son el motor principal para generar ingresos, se debe capacitar a los artesanos de MINKA sobre el mundo de la tecnología y lograr tener un mayor reconocimiento en el mercado nacional así como poder promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo, a la vez tener en cuenta los protocolos de bioseguridad que se está realizando en el centro de investigación, como la organización que cuentan los artesanos de Minka, de tal manera se pueda detallar las capacitaciones que tienen, reuniones, la toma de decisiones entre otros factores que ayuden a mejorar la venta de los productos así como su proceso de sus artesanías. Así, expondremos la necesidad de los artesanos de innovar su producción y que puedan seguir generando ventas para el turismo. Una producción artesanal puede ser pasajera o bien anclarse históricamente si no innovan constantemente en los productos ya que hoy en día los visitantes son más exigentes y rigurosos al hacer una compra, se debe estar inmerso en las nuevas tendencias del mercado turístico.

En el siguiente proyecto de investigación tiene como formulación del problema: ¿Cuáles son las estrategias de reinversión que están utilizando los artesanos de MINKA para promover el turismo en la provincia de Trujillo?

Se tiene como justificación los siguientes factores que ayudaran a entender mejor el motivo de investigación: conveniencia, dicho proyecto ayudará a desarrollar nuevas estrategias de reinversión para poder mejorar sus canales de distribución como generar el aumento de sus ingresos a través de herramientas digitales y puedan comercializar sus artesanías en los medios digitales; relevancia social, genera nuevos conocimientos en calidad de los productos, ser más rigurosos en el tema de sus diseños así como el uso de los materiales a emplearse de tal manera puedan obtener mayores beneficios así como aprender nuevas técnicas, a la vez la adopción de las herramientas digitales que pueden desarrollar con el uso del tiempo de tal manera se encuentren inmersos en el mundo tecnológico que les servirá como factor de reinversión. Valor Teórico cuenta con conceptos de estrategias de reinversión, uso de herramientas digitales como los protocolos de bio seguridad que se está utilizando en el centro de investigación, que ayudará como material para las consultas de diferentes asociaciones, empresas o personas que se encuentren en el rubro de la

artesanía. De acuerdo a la metodología, con la información se pueda realizar un artículo que ayude como medio de información para nuevos proyectos, utilizando como técnica la entrevista a profundidad, guías de información, observación directa, así como la investigación de fuentes primarias y secundarias.

En este estudio se considera como objetivo general: Identificar las estrategias de reinención de los artesanos de MINKA para promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo y como objetivos específicos: Identificar las características que se están desarrollando en la mejora de los productos para promover el desarrollo del turismo, identificar las formas de comercialización en los productos, identificar la adopción y uso de herramientas digitales que han utilizado para promover la venta de los productos, identificar las medidas sanitarias que están utilizando para el proceso de los productos y analizar el proceso organizacional que cuentan los artesanos para promover el turismo en la provincia de Trujillo.

II. MARCO TEÓRICO

Según Yancha et al. (2020) en su artículo denominado: “Cultura organizacional e innovación en la Asociación de Mujeres Artesanas Unión y Progreso del Cantón Sigchos”, tuvo como objetivo analizar los factores importantes dentro de una organización y los problemas dentro de su entidad. Emplearon una metodología cualitativa, utilizando la búsqueda y estudio de fuentes primarias y secundarias, enumeración, así como entrevistas a profundidad acerca de la existencia de estas asociaciones y a lo que se dedican. Concluyendo que la asociación no cuenta con las capacitaciones constantes acerca de la cultura organizacional; ya que cada socia escoge trabajar de acuerdo a lo tradicional y piensan que la innovación les traerá gastos innecesarios, de tal manera que prefieren lo convencional y no seguir innovando, esto se debe porque ellas no tienen los conocimientos necesarios de una cultura organizacional que les ayudara a mejorar el tema de productividad, así como en el diseño de sus artesanías y ventas. Esto se debe mejorar para obtener un lugar en el mercado sin olvidar las nuevas tendencias y, sobre todo, las exigencias de la sociedad. Los resultados manifestaron que se debió ampliar el desarrollo de los conocimientos sobre temas de organización donde les ayudo a tener mayor aprendizaje y poder desarrollar nuevos entendimientos, de tal manera se pueda obtener una estabilidad laboral y progreso económico.

Segura (2015) en su investigación académica: “Estrategias de Marketing para el posicionamiento de los productos textiles artesanales del distrito de Huamachuco” tuvo como objetivo principal determinar de qué manera las estrategias de marketing contribuyen con el posicionamiento de los productos textiles del distrito. Tuvieron como metodología cuantitativa y cualitativa donde se aplicó los instrumentos de encuesta a 96 turistas observación directa y análisis documental. Concluyeron que es necesario aplicar estrategias de marketing mix para seguir mejorando en su producción, realizando una mejora en sus canales de distribución, comercialización y ventas, de tal manera puedan tener en claro cual la su segmentación, es por ello que se necesita de una ardua planificación de marketing en el lugar para seguir mejorando en el posicionamiento de sus artesanías.

Martínez (2015) en su revista Digital de diseño, denominada : “Nuevas actitudes y modelos de negocio entre diseños y artesanía”, tuvo como objetivo analizar el contexto actual para facilitar su gestión estratégica y el diseño de acciones concretas articuladas a través de la innovación, se utilizó una metodología cualitativa a través de entrevistas, fichas de observación y revisión de fuentes primarias con la finalidad de poder obtener un mejor análisis en la recolección de datos sobre sus diseños establecidos con las nuevas tendencias. Concluyeron que en ciertos grupos existen diferentes opiniones sobre la artesanía en relación a la innovación debido que si se mejora los productos se pierde las costumbres de los artesanos que ellos creen salvaguardar con el paso del tiempo pero que sin la ayuda de nuevas estrategias no se puede mejorar los productos, resultando que se encuentran en una contradicción sobre estrategias de reinversión. Se pretendió ampliar el conocimiento de estos nuevos vínculos a través de productos sostenibles y cómo se valora el uso de materiales tanto para el desarrollo de productos, servicios, procesos, como en las formas de comunicar y organizarse como factor de innovación resaltando las tradiciones de los artesanos.

Según Blanco (2017) en su artículo denominado: “Guía de Nuevas Tecnologías para Artesanos” tuvo como objetivo mostrar las ventajas competitivas en el uso de herramientas tecnológicas”, utilizó una metodología cualitativa realizando entrevistas a profundidad a 8 artesanos con la finalidad que puedan explicar sus experiencias sobre el uso de las tecnologías y de qué manera les ha contribuido en la venta de sus productos. Concluyó que el internet es el mayor escaparate del mundo, la forma más efectiva de poder mostrar el producto, así como también el proceso de elaboración de ellos generando que el público pueda ver los procedimientos de la realización de estos a través de fotografías, videos dándole un valor agregado a la artesanía, con la finalidad que se pueda obtener nuevos clientes de diferentes ámbitos y poder llevar el taller a un nuevo segmento en el que todos se encuentran inmersos. Tener un canal propio en YouTube abre muchas puertas ya que empresarios pueden ver el trabajo que se realiza sin tener que salir de sus casas, es como llevar el taller hasta sus domicilios. La Guía es una herramienta de introducción a las nuevas tecnologías orientadas ala artesanía y el manejo de nuevas herramientas desde cómo usar un ordenador,

escáner, impresora, programas o aplicaciones, cámara digital, correo electrónico, el uso de Internet y la web.

Artesanías Colombia (2020) en su revista digital titulada: “Protocolo de bioseguridad sector artesanal”, tuvo como objetivo detallar los procedimientos que se deben seguir para la implementación del protocolo de bioseguridad en los talleres artesanales y unifamiliares. Dicha revista busca informar a todos los artesanos del proceso de manejo de los protocolos de bioseguridad con la finalidad de que se pueda seguir realizando la artesanía. Concluyó que se debe seguir ciertos lineamientos como Identificar a los artesanos en condición de riesgo para luego ser registrados, contar con ajustes locativos en ellos está la adecuación del lugar, limpieza y desinfección de las áreas y puestos de trabajo, contar con hábitos preventivos en el taller artesanal como, Uso de EPP, desinfección y lavado de manos así mismo que procedimiento se debe seguir para la recepción y despacho de la artesanía, tener charlas sobre las medidas individuales y por último de cómo se debe terminar la jornada laboral siguiendo ciertos protocolos.

Según Castañeda et al. (2015) en su investigación denominada: “Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México”, tuvo como objetivo analizar el efecto de la innovación sobre las relaciones entre estrategias de manufactura-competitividad y estrategias de mercadotecnia. Donde utilizaron el método cuantitativo aplicando una encuesta a una muestra de 337 artesanos para analizar las estrategias más utilizadas por los artesanos y analizar cuales se podían mejorar. Concluyeron que las estrategias de manufactura mejoran la competitividad de los negocios de los artesanos, lo que les ayudo aumentar los precios y mejorar el volumen de las ventas. Así como la estrategia de entrega de venta no fue muy factible por los artesanos, ya que no tienen mucha relación con sus proveedores y clientes, no tienen nuevas formas de distribuir sus productos por lo que sus necesidades no ameritan en tener nuevos mercados.

Según Gómez (2015) en su artículo titulado: “Efectos de la crisis y propuestas para su recuperación en el sector turístico español” tuvieron como objetivo analizar el estado del sector turístico español modificando estratégicamente en un enfoque microeconómico, teniendo como principales aspectos los cambios en los hábitos y comportamiento del turista, así como las estrategias y las

medidas tomadas para intentar dar respuesta a la crisis y contrarrestar sus efectos en el sector. Utilizaron el método cualitativo, revisión de fuentes primarias, y bibliográficas. Llegaron a la conclusión que se debería mejorar la infraestructura, así como la coordinación interna como externa de su administración de tal manera favorezcan la imagen y consolidación turística, se garantice la seguridad y los derechos de los turistas teniendo en cuenta una recuperación del sector turístico español a corto y medio plazo.

Según Del Carpio (2016) en su artículo titulado: “Estrategias mercadológicas e innovación en las artesanías, una tradición transformadora” tuvo como objetivo principal conocer y analizar las ramas artesanales y el origen de los artesanos que han participado en las vertientes de apoyo del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart). Utilizando la investigación cualitativa documental y a la realización de algunos ejercicios estadísticos. Concluyendo que en México existen diversos ramas artesanales como: alfarería, fibras vegetales y textiles de tal manera que las personas que lideran estos productos son las mujeres así como tienen falta de ayuda en ámbitos de inversión como, comercialización, así mismo competencia industrial, esto se debió a que se necesita de una mayor, comunicación, organización, debido a esto conlleva a la creación realizar estrategias sobre comercialización , financiamiento , capacitaciones contantes, protección sobre los derechos de autor.

Silva y Fernández (2017) en su artículo científico denominado: “El patrimonio en la reinención de Málaga. Agentes, instrumentos y estrategias”, tuvo como objetivo profundizar en el conocimiento de los procesos de patrimonialización y su relación con las estrategias urbanas que persiguen una mayor competitividad donde utilizaron la metodología cualitativa utilizando las técnicas de fichas de observación, guías y sobre todo inventarios de los recursos del destino. Concluyeron que el proceso de patrimonialización en ámbitos urbanos debe considerarse a nivel de destino ya que solo utilizan sus potencialidades turísticas y dejan de lado el nivel cultural como medio bajo, debido que no son concurridos, pero es parte del patrimonio como los ayuntamientos, museos pequeños entre otros. El destino debe reinventarse utilizando estos espacios como factor turístico que puedan atraer a más visitantes, ya que los bienes culturales siguen

siendo un recurso de primer orden en la promoción urbana en el ámbito de la globalización.

Según Pié (2014) en su artículo “La cuestión del paisaje en la reinención de los destinos turísticos maduros Málaga y la costa del sol”, tuvieron como objetivo principal analizar el papel de la Arquitectura (Urbanismo, Paisajismo, Ordenación del Territorio y Edificación) en la configuración del espacio turístico. Utilizaron el método histórico donde trataron de resaltar la evolución del destino y su embellecimiento del paisaje. Llegaron a la conclusión que la belleza del destino es el factor principal para el desarrollo del turismo en la zona dividiéndolo en enfoques estético y el ecológico con la finalidad de restablecer aquellos destinos ya olvidados como el paisaje de la segunda costa y su impresionante infraestructura verde que un principio fueron los atractivos principales, tuvieron como finalidad reinventar los antiguos territorios que fueron el gran impacto del lugar como nuevas ofertas para el destino con el embellecimiento de los recursos como estrategia para la diversificación de la zona.

Según Moctezuma (2018) es su investigación “Antropológica, Ingenio artesanal y desviación comercial de las artesanías en el estado de Morelos” tuvo como objetivo realizar un análisis comparativo de dos tradiciones artesanas del estado de Morelos para poder encontrar las estrategias de satisfacción que demanda el turismo. El artículo se enfocó en el punto de vista cultural que desarrolla una tradición y como logra obtener valor en el paso de sus generaciones, utilizaron la entrevista a profundidad y guías de observación. Concluyeron que las artesanías ya no solo es un uso decorativo, sino que ahora genera un valor de consumo, en las dos tradiciones artesanales buscan estrategias de reinención como nuevas formas de sus productos, así como la estética que tienen sin perder la esencia que transmitían sus generaciones, estar inmerso en el mundo de la globalización permite buscar nuevas técnicas como herramientas de diseño, calidad en sus productos y poder generar un impacto en el visitante.

Según Jurado (2017) en su investigación titulada, “Marketing of handicrafts made with reeds from the parish of San Raffael de Otavalo and the demand in Italy”, tuvo como objetivo determinar la demanda de artesanías elaboradas con totora en Italia para su comercialización, utilizó la metodología descriptiva, explicativo; concluyendo que la artesanía realizada se diferencia por sus diseños únicos,

innovación persistente de tal manera se logre diferenciar de los demás grupos que se dedican a este rubro y se pueda asegurar un lugar en el mercado turístico.

Elorza et al. (2018) en su investigación, "Strategies for the commercial management of handicrafts made with Soyate palm in the Tantoyuca región", tuvo como objetivo implementar estrategias de comercialización de sus artesanías a base de Palma Soyate, ya que cuenta con una planta de gran importancia en la región. Su investigación fue de enfoque cuantitativo con la finalidad de poder desarrollar nuevas estrategias de venta para la mejora de los artesanos. Concluyeron que la planta genera empleo y beneficia directamente a la población así mismo se debe implementar estrategias de ventas de las artesanías que mejoren a incrementar el desarrollo de la empresa, incrementar la productividad, con la implementación nuevas tecnologías como las máquinas y herramientas para obtener una mejor rentabilidad.

Después de obtener los antecedentes que ayudaran a justificar la investigación se pasa a detallar los principales conceptos del proyecto.

La ley 29073 y del desarrollo de la actividad artesanal, menciona al artesano como constructor de las tradiciones culturales y la identidad turística, así mismo se encarga de regularizar la protección, el desarrollo sostenible y la promoción de la actividad artesanal en sus diferentes modalidades, de tal manera se pueda preservar la tradición artesanal en sus distintas expresiones. Para ello, deben estar inscritos en el registro nacional de artesanos que se encuentra en la página del Ministerio de comercio exterior y turismo MINCETUR que es la manera más eficaz de poder identificarlos. UNESCO (2015) menciona que en la artesanía se plasman las tradiciones de una población, que se va difundiendo de generación en generación a través del aprendizaje de diferentes maneras, encajando con una parte del patrimonio inmaterial. Los artesanos tienen diferentes especialidades que se distingue en sus trabajos plasmados, pueden ser, estéticas, funcionales, artísticas, utilitarias, creativas decorativas, culturales, simbólicas dividiéndose en: Cerámica (arcilla, cerámica, barro, porcelana), piedra (preciosas y semipreciosas, jades) fibras naturales (vetiver, ratán), madera (laca y papel), metal (hierro, plata, oro, bronce), textiles (lino, seda, algodón) (Manilla, 2016).

La relación entre estrategias, innovación se definió a través de las conclusiones de los siguientes autores: Castro y Delgado (1999) mencionaron que la búsqueda de estrategias, la innovación juega un papel crucial ya que son factores primordiales para la realización de algún proyecto donde el éxito competitivo depende de la estrecha relación entre la comercialización, producción, desarrollo e investigación.

Las empresas tienen una fuente de competitividad cuando realizan estrategias que desarrollen valor para el cliente, así como en ellas, de tal manera que el competidor no pueda obtener estos beneficios que generan la rentabilidad de las organizaciones. Sin embargo, menciona que la relación entre estrategias e innovación puede ser cambiada por distintos factores como la tecnología (Álvarez, 2016).

La innovación no es un factor de sobrevivencia, sino está inmersa en las diferentes estrategias de avances y así se pueda mejorar en la variedad de departamentos que tiene la empresa; como: finanzas, manufactura, funcional, mercadotecnia, y así se pueda reforzar la competitividad de las organizaciones de mercado, sino relacionadas con la producción y la tecnología. De tal manera se pueda contar con variedad de niveles de análisis que pueda mostrarse en los diferentes países, empresas o industrias, que se encuentran en niveles internacionales (Castellanos, 2013).

Quintero (2016) refiere que la reinención son las funciones primordiales que están ligadas a la constante innovación de un producto, en su, comercialización, logística, producción, así como los servicios post venta. La innovación es el desarrollo de crear, imaginar y promocionar en el mercado la constante innovación de los productos, servicios o transformaciones de los mismos, es por ello que el porcentaje de artesanos que innovan sus productos son aquellos que están en constante búsqueda de información y así puedan mejorar sus conocimientos ya que es primordial para su comercialización (Hilarión, 2013).

Ortiz (2010) refirió en su libro herramientas digitales como el proceso donde se puede, crear, intercambiar y compartir información a través de plataformas virtuales. La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas mejorara la flexibilidad de la interactividad, los flujos de información, la

virtualidad, entre tantos atributos de las TIC (tecnología de la información y comunicación) de tal manera se puedan asociar con el mundo digital, donde el internet es la mayor oferta que se puede tener y pueda convertirse en un espacio electrónico (Gros y Contreras, 2016), (Prieto y Torres, 1995) manifiesta que los softwares no solo pueden ser utilizados en algún ordenador sino pueden cumplir diferentes características, mejorando la productividad en los diferentes ámbitos.

Editores Gráficos son los paquetes de datos y herramientas que ayudaron a la mejora de imágenes, documentos o fotos escaneadas con ayuda de software actualizados para poder optimizar, retocarlas con la finalidad de lograr el objetivo propuesto. Lo más comunes; Adobe Photoshop, Krita, Gimp, Corel Draw, Scribus, programática libre, Paint con la finalidad de corregir alguna falla técnica en la calidad de las fotografías (Encured, 2015).

Quintero (2009) menciona que los canales de distribución proporcionan que los servicios o mercadería sean trasladados desde el punto de inicio, producción hasta su lugar de consumo ayudando la compra por parte del consumidor final. Los canales de comercialización son el camino que tienen las empresas para poder mejorar sus ventas y poder llegar a sus clientes de manera más eficiente y efectiva, a la vez sean más económicos. Estos se dividen en: Distribuidor, son aquellos que son los dueños de los productos y los guardan ellos mismos para finalmente venderlos. Mayoristas son los agentes que tiene gran variedad de productos y se encargan de almacenarlos y venderlos a diferentes tipos de empresas o consumidores finales. A si mismo estos mayoristas también venden los productos a otros intermediarios. Minoristas son aquellos que se encargan de vender los productos a bajo precio que los mayoristas o al detalle, así mismo es el agente que vende directamente a los clientes los productos que adquiridos. Agentes comerciales, es el agente independiente que trabaja como vendedor directo del producto y de manera indirecta obtiene comisiones (Valdivia, 2014).

La Organización Mundial de Salud (2015) menciona que los protocolos de bioseguridad son el grupo de normas y medidas para cuidar el bienestar del personal, ante riesgos químicos físicos y biológicos, a los que están expuestos en el desempeño de sus funciones, así mismo en pacientes y medio ambiente. De tal manera se pueda cumplir con responsabilidad las políticas establecidas para brindar la seguridad de todos. Teniendo en cuenta los principios de

bioseguridad de universalidad que consistió en seguir los estándares de rutinas para que se encuentren establecidos; en el uso de barreras menciono que se debe tener la conciencia del lavado de manos, uso de guantes, mascarillas, lentes, gorros, entre otros y por último la eliminación de material donde procesan los materiales que se han utilizado en los pacientes la finalidad de no propagar un contagio.

La organización de una empresa tiene como función administrar la organización, la estructura y la integración de las diferentes unidades orgánicas, así como los recursos financieros, materiales, tecnológicos y humanos que cuenta una empresa. La planificación de actividades sirve para mejorar los recursos que se tiene al alcance de la organización y así poder priorizar las prioridades de tal manera más eficiente posible (Roberts, 2015).

Zapata (2018) refirió que la toma de decisiones en una empresa es la forma de poder escoger diferentes opciones entre varias posibilidades al momento de definir un problema y conseguir las herramientas para poder solucionarlo con la finalidad de determinar los problemas que tendrá la empresa a corto o largo plazo.

La capacitación tuvo como función principal lograr que los objetivos primordiales, proyectos, tareas de una empresa puedan cumplirse a través de diferentes procesos para que los trabajadores puedan adquirir conocimientos, habilidades, herramientas y actitudes para enfrentar el entorno laboral y lograr el trabajo establecido (Chiavenato, 2007).

La AEPT (Asociación Española de Profesionales del Turismo), menciono que los profesionales en Turismo tratan de generar oportunidades en tiempos de crisis en los destinos u empresas generando nuevas vías de negocio, teniendo en cuenta que primero se debe solucionar los problemas pendientes como el absentismo laboral, estacionalización, la formación de los trabajadores, modernización de infraestructuras y la innovación del producto. Para ello fueron capacitados para crear productos, desarrollar planes, acciones y ejecutarlas, así mismo capacitar al personal en tiempos de crisis y poder reducir los cobros, crearon herramientas que ayuden a mejorar el crecimiento de la empresa, de tal manera cuenten con estrategias de poder contrarrestar el descenso del turismo

en épocas críticas como crisis económica, desastres naturales, crisis política, estacional de los destinos.

Modelo de gestión de riesgos y crisis para los destinos turísticos compuestos por cuatro etapas primordiales como el modelo de las 4R: reducción, preparación, respuesta y recuperación. En la etapa de reducción se debe encontrar los primeros signos de peligro, para realizar la planificación de la crisis y formar al personal para estas épocas de crisis. En la etapa de respuesta se realiza las operaciones y los planes de comunicación para luego pasar a la etapa de recuperación donde el objetivo principal es la restauración y apresurar el retorno a la normalidad de la organización o destino. Un sistema eficaz de gestión de crisis se debe actualizar constantemente como preparación antes eventos inesperados. (Wilks y Moore, 2003).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de estudio fue aplicada, de tal manera que se pueda encontrar innovaciones tecnológicas que ayudarán a resolver los problemas concretos a través de servicios o productos que mejoren las necesidades de las personas según Hernández et al., (2014).

El diseño de la investigación es cualitativo y no experimental, por lo que no se intervino en el objeto de estudio, si no que se observó a los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para luego analizarlos. (Hernández, et al., 2014).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

Según Quintero (2006) la definición conceptual de reinención, son las funciones primordiales que están ligadas a la constante innovación de un producto, en su comercialización, logística, producción, así como los servicios post venta.

La definición operacional, la variable será medida a través de una entrevista hacia los artesanos de MINKA, donde se buscará cuáles son los factores que necesitan para reinventarse en estos tiempos de crisis.

La investigación se clasifico en 5 categorías, las cuales se subcategorizaron a su vez, para poder detallar mejor la información, en: 1) características de los productos (calidad, diseño e innovación), 2) medios de comercialización (local, nacional e internacional), 3) adopción de herramientas digitales (promoción y comercialización, página web, editores gráficos), 4) protocolos de bioseguridad (medidas locativas, medidas individuales, comunicación y divulgación) y 5) Organización (planificación de actividades, toma de decisiones y capacitaciones).

3.3. Escenario y periodo estudio

El trabajo se realizó en el centro de investigación de estudio y promoción del desarrollo, MINKA, localizada en la provincia de Trujillo, conformada por las asociaciones que están localizadas en los distritos de Laredo, Moche y Huanchaco. El periodo de estudio fue de 16 meses, desde julio 2020 a noviembre 2021.

3.4. Participantes

Se tuvo como participantes a los representantes de cada asociación que conforman MINKA. Asimismo, a los integrantes que conforman las distintas líneas artesanales considerando las más vendidas entre ellas: cerámica, tejidos, madera y cuero; además al gerente general del centro de investigación de estudio y promoción del desarrollo MINKA.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó la técnica de la entrevista a profundidad, teniendo como instrumento una guía de entrevista de 23 preguntas, dirigido a los responsables de las asociaciones principales especialidades líneas artesanales como: cerámica, textil, madera y cuero, que se encuentran inscritos en el centro de investigación de estudio y promoción del desarrollo MINKA; asimismo se utilizó fichas de observación para poder conocer las características de los distintos productos artesanales. Los instrumentos para la recolección de datos, fue validada por 3 expertos en la carrera profesional de Administración en turismo y hotelería los cuales ayudaron a mejorar la síntesis de las preguntas planteadas para después ser aplicados a los artesanos del MINKA.

3.6. Procedimiento

Se concertó y se realizó una entrevista telefónica, vía zoom al gerente general del centro de investigación de estudio y promoción del desarrollo MINKA de la provincia de Trujillo, para identificar el problema y formular los posibles objetivos a estudiar; asimismo con la información otorgada estructuramos una matriz de categorización para el análisis de la misma y por ultimo solicitamos el permiso correspondiente para aplicar los instrumentos generados, los cuales fueron validados por expertos y que se aplicó a los participantes del estudio (artesanos de las asociaciones de Moche y Huanchaco inscritas a MINKA) en sus lugares de trabajo. Se aplicó una guía de entrevista con la finalidad de obtener información de las características de los productos artesanales, medios de comercialización, adopción de herramientas digitales, protocolos de bioseguridad y organización en sus centros laborales; asimismo, se aplicó las fichas de observación, tomando fotos a cada artesanía y recogiendo información de las características de estas. Con la información obtenida se plasmó de

manera ordenada los resultados para cada objetivo específico y de estos se pudo identificar el objetivo general del estudio; finalmente se propuso las conclusiones y recomendaciones respectivamente para el centro de investigación de estudio y promoción del desarrollo MINKA.

3.7. Rigor científico

Consistencia lógica: se recogió los datos exactos para poder definir el objetivo general sobre la base de los específicos para que tenga relación con el título presentado, de tal manera puedan ser verificados e interpretados por los investigadores y se pueda obtener información precisa.

Credibilidad: se tomó toda la información exacta tal cual los artesanos brindaron en la entrevista sin ser modificados o alterados por los investigadores para luego ser interpretados de manera concreta y específica para la investigación y cuenten con el rigor necesario que exige el proyecto (Hernández, et al., 2014).

Aplicabilidad: para realizar las entrevistas a los artesanos del Centro de investigación estudio y promoción del desarrollo MINKA en la provincia de Trujillo se contó con la revisión precisa de profesionales que se encuentren inmersos en la carrera de Administración en turismo y hotelería. Así mismo se tomó en cuenta los permisos correspondientes para poder aplicar las entrevistas para evitar los inconvenientes futuros que se pudieran presentar al momento de realizar el trabajo de campo.

3.8. Método de análisis de datos

Para el análisis e interpretación de los datos, después de la información recogida de los instrumentos (La entrevista a profundidad y la ficha de observación), se utilizó la matriz de categorización (matriz trabajada previamente y validada por expertos de la especialidad), esta matriz está definida por 5 categorías y cada una presenta ciertas características que la representan, además cada categoría está relacionada con las preguntas de la guía de entrevista, guardando relación con los problemas planteados en nuestra matriz de consistencia de nuestro trabajo. Realizamos un análisis de datos siguiendo un orden estructurado: 1) explorar los datos, 2) imponerles una estructura (organizándolos en unidades y categorías), 3) describir las experiencias de los participantes según su óptica, lenguaje y expresiones; 4) descubrir los conceptos, categorías, temas y patrones

presentes en los datos, así como sus vínculos, a fin de otorgarles sentido, interpretarlos y explicarlos en función del planteamiento del problema; 5) comprender en profundidad el contexto que rodea a los datos, 6) reconstruir hechos e historias, 7) vincular los resultados con el conocimiento disponible y 8) generar una teoría fundamentada en los datos (Hernández, et al., 2014).

3.9. Aspectos éticos

La investigación que se realizó no contiene información plagiada ni copiada bajo ningún modo ya que se trabajó con los testimonios de los representantes de las líneas artesanales más relevantes de MINKA para obtener la información precisa. Se respetó las teorías de los autores mencionados citándolos en el proyecto. Así mismo las teorías y antecedentes que se tomaron de revistas científicas, libros, artículos indexados y tesis citados siguiendo el manual de normas APA, de tal manera se respetará el orden metodológico del esquema cualitativo para poder recolectar todas las referencias necesarias sobre los artesanos de Minka.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados presentados en la investigación se obtuvieron con la recolección de datos realizados de manera presencial entre los meses de agosto y octubre de 2021 a los productores artesanales del centro de investigación de estudio y promoción del desarrollo, MINKA, utilizando los instrumentos de recolección e información (la guía de entrevista y la ficha de observación).

Para responder el objetivo general, primero se abordaron los resultados de los objetivos específicos, que se describen a continuación:

El primer objetivo de estudio consistió en identificar las características de los productos de MINKA que desarrollaron los artesanos para promover el turismo.

Para el cumplimiento de este objetivo se utilizó la entrevista y la ficha de observación. Las entrevistas fueron aplicadas a cinco representantes de los artesanos de las diferentes asociaciones, identificándose las opiniones respecto a las subcategorías: calidad, diseño e innovación. Siendo la característica más importante la que se relaciona con la calidad de las artesanías.

La interrogante n°1 fue ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? según los entrevistados 1, 2, 3 y 5 se determinó que éstas se relacionan con el tipo de materiales e insumos complementarios; asimismo, los entrevistados 3 y 4 resaltan la creatividad e innovación permanente, a partir del uso de materiales de la zona; otro aspecto reconocido por los entrevistados 1, 2, 4 y 5 son los diseños que incorporan historias, conceptos e iconografías de culturas prehispánicas, moche y chimú, además de la fusión de las materias primas, según lo expresado por el entrevistado 3. Finalmente, el entrevistado 4, considera la utilidad y practicidad en tamaño y peso de los productos.

Asimismo, mediante la entrevista, a los artesanos se formuló la siguiente pregunta: ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías? Se logró entender a los entrevistados coinciden en la necesidad de realizar cambios frecuentes en los diseños de las artesanías, predominando la temporalidad trimestral, de acuerdo con lo expresado por los entrevistados 1, 2 y 3; a diferencia de los entrevistados 4 y 5 que refieren hacerlos mensualmente. Estos cambios

se relacionan con las texturas, diseños y colores, básicamente por la estación y la idea original.

Las entrevistadas 1, 2 y 5 consideran que, si han recibido capacitación sobre nuevas técnicas o materiales, destacándose al gobierno regional como organización promotora. Estas posiciones contrastan con la opinión de los entrevistados 3 y 4 que manifiestan respectivamente no haber recibido capacitación de parte de entes vinculantes: “(...) no contamos con ningún tipo de asesoramiento, ni talleres, charlas para innovar, todos los trabajos lo hacemos por diseño propios”, “(...) en realidad, capacitaciones a nivel técnico, no hay, de mejor uso de materiales ni de uso e innovación de herramientas. Bueno, los mismos artesanos creo que nos vamos a tener que encargar para mejorar el uso de técnicas y de las herramientas tecnológicas”.

Complementariamente, para responder al objetivo 1, se aplicó una ficha de observación que permitió obtener los datos relacionados con las características de los productos artesanales, de manera más detallada. Dada la cantidad de información se elaboraron seis tablas en las que se pueden observar los resultados relacionados con la temática, origen, precios, materiales y técnica de elaboración, colores, tamaños y presentación de los productos. Las tablas que se refieren son las siguientes:

Tabla 1

Temática, origen y precio de los productos artesanales

Producto	Temática	Origen	Precio
Aretes	Mundo marino	Huanchaco	20.00
Pulsera de cuarzo ágatas	Chimú	Huancayo	20.00
Collar piedras de nácar	Mundo marino	Huanchaco	35.00
Collar colección marina	Chimú	Huanchaco	35.00
Collar colección marina	Mundo marino	Huanchaco	50.00
Aretes madre perla del río	Chimú	Huanchaco	20.00
Pulsera	Mundo marino	Huanchaco	15.00
Aretes de Chaquira	Chimú	Huanchaco	15.00
Pulsera	Mundo marino	Huanchaco	15.00
Pulsera caballito de totora	Chimú	Huanchaco	20.00
Pulsera arcoíris	Mundo marino	Huanchaco	25.00
Collares de pilares de cristal	Chimú	Huanchaco	15.00
Collar nácar	Mundo marino	Huanchaco	50.00
Morral de cuero con telar	Chimú	Moche	150.00
Fajín porta vaso	Mundo marino	Moche	27.00
Porta botella	Chimú	Moche	70.00
Collarín con aplicación de telar en algodón	Mundo marino	Moche	80.00
	Chimú	Moche	25.00

Cuadros mellizos marinos	Mundo marino	Moche	280.00
Bolso yani	Chimú	Moche	80.00
Tarjetera	Mundo marino	Moche	120.00
Forro para escrituras	Chimú	Moche	120.00
Morral	Mundo marino	Moche	4.00
Llavero	Chimú	Moche	15.00
Monedero	Mundo marino	Moche	55.00
Sobre de mano con aplicación de telar nativo	Chimú	Moche	55.00
Billetera	Iconografía Chimú	Huanchaco	80.00
Cartera	Cultura moche	Huanchaco	80.00
Cartera de un fruto ancestral	Cultura moche	Huanchaco	120.00
Cartera	Variada	Huanchaco	80.00
Cartera manguaré	Cultura moche	Huanchaco	80.00
Cartera manguaré	Cultura moche	Huanchaco	90.00
Cartera manguaré	Iconografía moche	Moche	10.00
Cuchara de palo	Religiosa		
	Cultura moche	Moche	150.00
Adorno	Moche		
	Cultura moche		
	Cultura moche	Moche	30.00
	Cultura moche		
Cenicero manta raya	Ecológica	Moche	5.00
	Ecológica	Moche	30.00
Portallaves	Ecológica		
Porta lapicero	Ecológica	Moche	15.00
	Ecológica	Moche	80.00
Monedero	Ecológica	Moche	50.00
Cartera y neceser	Iconografía chimú:	Moche	70.00
Morral	caballito de totora	Moche	50.00
Morral	Costumbres.		
Bolsa	Bailarín típico de la fiesta de San Isidro		
	Iconografía marina:		
	Mundo marino		
	chimú.		
	Iconografía moche.		
	Iconografía moche.		
	Ola marina.		
	Moche		
	Moche		
	Moche		
	Moche		
	Moche		

Nota: Origen y precio de las artesanías

En la tabla 1, se identificó los productos, según la temática, origen y precio. Se realizó 42 fichas de observación, de las cuales la mayoría fueron de la línea artesanal de bisutería y cuero, y entre los productos más frecuentes fueron collares, pulseras, aretes, ornamentos de vivienda, utensilios de cocina, carteras, billeteras, posavasos, monederos, morrales y porta botellas. Las temáticas más representativas fueron las iconografías de las culturas mochica y chimú. Los

orígenes de las artesanías fueron elaborados en los distritos de Moche y Huanchaco y finalmente los precios de las artesanías variaron desde 4 soles el costo de un llavero hasta 280 soles el costo de un bolso.

Tabla 2

Materiales utilizados en la elaboración de los productos artesanales

Producto	Materiales
Aretes	Tela reciclada y abalorio de uranio hecho 100% mano de hilo de algodón
Pulsera de cuarzo ágatas	Piedras, nudo de algodón, broche de plata
Collar piedras de nácar	Finos hilos de pieza de nailon tejidas, broche de bronce
Collar colección marina	Caracoles reciclados de la playa
Collar colección marina	Spondylus, piedras, cuarzo, piedras sodalita y algodón nativo
Aretes madre perla del río	Acero dorado y perlas del río
Pulsera	Cuarzo
Aretes de Chaquira	Chaquiras, canutillos, hilo nylon, aguja y argolla para arete
Pulsera	Pulsera tejida tipo macramé de cuentas de cuarzo celeste, cuarzo humo y separadores de plata
Pulsera caballito de totora	Piedra de cuarzo, broche de plata
Pulsera arcoíris	Piedras ámbar, broche de bronce
Collares de pilares de cristal	Piedra natural, cristal de cuarzo chacra
Collar nácar	Collar nácar de botones, reciclados y acompañados con tanza resistentes de acero
Morral de cuero con telar	Cuero napa
Fajín porta vaso	Cuero, pintura y vaso de cristal
Porta botella	Cuero
Collarín con aplicación de telar en algodón	Cuero y algodón nativo
Cuadros mellizos marinos	Cuero
Bolso yani	Cuero
Tarjetera	No registra
Forro para escrituras	Cuero
Morral	Cuero
Llavero	Suela vira
Monedero	Cuero
Sobre de mano con aplicación de telar nativo	Cuero
Billetera	Cuero
Cartera	Nido de paucar – base: checo fusionado con telares de colores y cuero marrón – tira de cuero color marrón
Cartera de un fruto ancestral	Cartera de un fruto ancestral, checo o mate, fusionado con cuero hebilla de cuerno
Cartera	Nido de paucar – base: checo fusionado con telares de colores y cuero color galleta – tira de cuero color galleta
Cartera manguaré	Checo y cuero de res curtido
Cartera manguaré	

Cartera manguaré	Checo, parches de cuero, cuero
Cuchara de palo	Checo, cuero, telares. Accesorio: flor amarilla con fucsia de cuero gamuza.
Adorno	Madera capirona
Cenicero manta raya	Madera caoba
Portallaves	Madera cedro
Porta lapicero	Madera cedro, totora, bronce
Monedero	Madera cedro, esmalte sintético
Cartera y neceser	Hilo sintético
Morral	Hilo de algodón, lino español, broche de acero y argollas
Morral	Yute y sojilla
Bolsa	Lino, algodón, argolla de broche y acero
	Hilo sintético, cuero y argolla

Nota: Clasificación de los materiales utilizados por los Artesanos

En la tabla 2, se identificó que los materiales predominantes de las artesanías locales fueron conchas u otros insumos del mar para la creación bisutería en collares, pulseras, aretes además de ornamentos de vivienda; en la producción de collares o pulseras se utilizan distintos tipos de piedras, como el cuarzo o sodalita; en la elaboración de utensilios de cocina y adornos se utiliza la madera de las especies capirona, cedro y caoba; el diseño de carteras, billeteras, posavasos, monederos, morrales, porta botellas utilizan el cuero vacuno y para la elaboración de pulseras, collares y bolsos se identificó como material base a los hilos de algodón nativo.

Tabla 3

Técnica utilizada en la elaboración de los productos artesanales

Producto	Técnica
Aretes	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche
Pulsera de cuarzo ágatas	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche
Collar piedras de nácar	Tejido ancestral a broche
Collar colección marina	Técnica ancestral nudo a nudo
Collar colección marina	Técnica ancestral, tejido macramé evocando los nudos de los quipus y la ostra
Aretes madre perla del río	Técnica ancestral broche tramado y tejido de macramé
Aretes de Chaquira	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche
Pulsera	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche
Pulsera caballito de totora	Ancestral broche tramado y tejido de broche
Pulsera arcoíris	Ancestral
Pulsera	Cuentas anudadas una a una y broche en forma de roscas

Collares de pilares de cristal	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche
Collar nácar	Ancestral
Morral de cuero con telar	Calado
Fajín porta vaso	Calado
Porta botella	Pirograbado y sellado
Collarín con aplicación de telar en algodón	Telar de cintura
Cuadros mellizos marinos	Repujado
Bolso yani	Calado con aplicación de telar
Tarjetera	Calado con aplicación de telar nativo
Forro para escrituras	Pirograbado
Morral	Pirograbado
Llavero	Repujado
Monedero	Repujado
Sobre de mano. Aplicación de telar nativo	Calado
Billetera	Repujado
Cartera	Cocido a mano
Cartera de un fruto ancestral	Ancestral
Cartera	Cocido a mano
Cartera manguaré	Cocido a mano
Cartera manguaré	Cocido a mano
Cartera manguaré	Cocido a mano
Cuchara de palo	Recorte, perfilado, socavado, tallado, lijado y lacado
Adorno	Recorte, perfilado, socavado, tallado, lijado y lacado
Cenicero manta raya	Recorte, perfilado, socavado, tallado, lijado y lacado
Portallaves	Recorte, perfilado, socavado, tallado, lijado y lacado
Porta lapicero	Recorte, perfilado, socavado, tallado, lijado y lacado
Monedero	Palillo
Cartera y neceser	Bordado
Morral	Bordado en punta cruz
Morral	Bordado
Bolsa	Broche medio punto

Nota: Técnicas y conocimientos utilizadas en las artesanías

En la tabla 3, se identificó que las técnicas más utilizadas para las artesanías relacionados con tejidos y bisutería (pulseras y collares) fueron las técnicas de broche tramado y tejido de broche, de nudo a nudo y macramé; en las artesanías con cuero destaca el calado, pujado y pirograbado; y en las artesanías en madera se aplican los procedimientos de recorte, perfilado, socavado, tallado, lijado y lacado.

Tabla 4

Colores utilizados en la elaboración de los productos artesanales

Producto	Color
Aretes	Tierra, ocre, mediterráneo
Pulsera de cuarzo ágatas	Tierra, ocre, mediterráneo, variedad de colores temporada de primavera

Collar piedras de nácar	Blanco
Collar colección marina	Blanco
Collar colección marina	Azul, verde, rojos y beige
Aretes madre perla del río	Tierra, ocre y mediterráneo
Pulsera	Tierra, ocre y mediterráneo
Aretes de Chaquira	Tierra, ocre y mediterráneo
Pulsera	Tierra, ocre y mediterráneo
Pulsera caballito de totora	Tierra, ocre y mediterráneo
Pulsera arcoiris	Tierra, ocre, mediterráneo y azul
Collares de pilares de cristal	Tierra, ocre y mediterráneo
Collar nácar	Tierra, ocre y mediterráneo
Morral de cuero con telar	Vino con aplicación de telar en azul, amarillo, naranja y pirulos ancestrales
Fajín porta vaso	Ocre, rojo teja, turquesa, marrón y amarillo
Porta botella	Ocre, rojo teja, marrón y negro
Collarín con aplicación de telar en algodón	Colorido
Cuadros mellizos marinos	Ocre, rojo teja, turquesa, marrón y amarillo
Bolso yani	Marrón moro
Tarjetera	Ocre
Forro para escrituras	Miel
Morral	Miel
Llavero	Ocre, rojo teja, turquesa, marrón, amarillo y negro
Monedero	Ocre, rojo teja, turquesa, marrón, amarillo y negro
Sobre de mano con aplicación de telar nativo	Marrón, amarillo, morado y negro
Billetera	Ocre, rojo teja, turquesa y marrón
Cartera	Marrón y telares de colores
Cartera de un fruto ancestral	Tierra y mediterráneo
Cartera	Marrón y telares de colores
Cartera manguaré	Galleta y beige
Cartera manguaré	Negro y blanco
Cartera manguaré	Negro y blanco
Cuchara de palo	Miel
Adorno	Beige claro, blancos
Cenicero manta raya	Verde marino y dorado
Portallaves	Miel
Porta lapicero	Miel, agua marina, rojo y negro
Monedero	Crema y marrón
Cartera y neceser	Verde
Morral	Naranja, marrón y crema
Morral	Beige y verde jade
Bolsa	Azul, verde, amarillo, fucsia

Nota: Colores representativos de los Artesanos Minka

En la tabla 4, se identificó que los colores más frecuentes, fueron los que tratan de mantener las tinturas vinculadas a las temáticas identificadas de las culturas prehispánicas como moche y chimú, tales como los colores tierra, rojos ocre, marrón y amarillo; en otros casos se han ido incorporando colores que representan la riqueza marina, como el azul y turquesa.

Tabla 5

Descripción del tamaño de los productos artesanales

Producto	Tamaño
Aretes	Estándar
Pulsera de cuarzo ágatas	Estándar
Collar piedras de nácar	Estándar
Collar colección marina	Estándar
Collar colección marina	Estándar
Aretes madre perla del río	Estándar
Pulsera	Estándar
Aretes de Chaquira	Estándar
Pulsera	Estándar
Pulsera caballito de totora	Estándar
Pulsera arcoiris	Estándar
Collares de pilares de cristal	Estándar
Collar nácar	Estándar
Morral de cuero con telar	Altura (27cm) x Ancho (22cm)
Fajín porta vaso	Altura (7cm) x Ancho (7cm)
Porta botella	Altura (7cm) x Ancho (7cm)
Collarín con aplicación de telar en algodón	Personalizado
Cuadros mellizos marinos	No especifica
Bolso yani	No especifica
Tarjetera	No especifica
Forro para escrituras	No especifica
Morral	No especifica
Llavero	No especifica
Monedero	No especifica
Sobre de mano con aplicación de telar nativo	No especifica
Billetera	Estándar
Cartera	Estándar
Cartera de un fruto ancestral	Estándar
Cartera	Estándar
Cartera manguaré	Estándar
Cartera manguaré	Estándar
Cartera manguaré	40 cm de largo x 7 cm de ancho
Cuchara de palo	26 cm de alto x 6 cm de ancho
Adorno	14 cm de ancho x 20 cm de largo
Cenicero manta raya	60 cm de largo x 20 cm de ancho
Portallaves	9cm de alto x 10 cm de ancho
Porta lapicero	12x10 cm
Monedero	38x35 cm / 22x20 cm
Cartera y neceser	25x20 cm
Morral	38x35 cm
Morral	Estándar
Bolsa	

En la tabla 5, se identificó que el tamaño de las artesanías más frecuente fue el estándar, cuya principal característica es ergonómica, adaptándose con facilidad a las adaptaciones corporales, psicológicas y culturales de los usuarios.

Tabla 6

Descripción de la presentación en la venta de los productos artesanales

Producto	Presentación
Aretes	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Pulsera de cuarzo ágatas	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Collar piedras de nácar	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Collar colección marina	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Collar colección marina	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Aretes madre perla del río	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Pulsera	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Aretes de Chaquira	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Pulsera	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Pulsera caballito de totora	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Pulsera arcoíris	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Collares de pilares de cristal	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Collar nácar	Bolsa de tocuyo con el logo del productor
Morrall de cuero con telar	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Fajín porta vaso	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Porta botella	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Collarín con aplicación de telar en algodón	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cuadros mellizos marinos	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Bolso yani	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Tarjetera	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Forro para escrituras	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Morrall	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Llavero	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Monedero	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Sobre de mano con aplicación de telar nativo	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Billetera	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cartera	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cartera de un fruto ancestral	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cartera	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cartera manguaré	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cartera manguaré	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cartera manguaré	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cuchara de palo	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Adorno	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Cenicero manta raya	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Portallaves	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Portalapicero	Etiqueta manos mocheras – Bolsa ecológica
Monedero	Bolsa y logo del productor
Cartera y neceser	Bolsa y logo del productor
Morrall	Bolsa y logo del productor
Morrall	Bolsa y logo del productor
Bolsa	Bolsa y logo del productor
	Bolsa y logo del productor
	No tiene
	No tiene
	No tiene
	No tiene
	No tiene
	Bolsa de papel y etiqueta
	Bolsa de papel y etiqueta
	Bolsa de papel y etiqueta
	Bolsa de papel y etiqueta

Nota: Presentación de las artesanías

En la tabla 6, se identificó que en la presentación de los productos destaca la utilización de material ecológico biodegradable, además de uso de etiquetas con el logo del productor.

Los resultados del segundo objetivo específico consistieron en identificar las formas de medios de comercialización en los productos.

Para obtener los resultados de este objetivo, se utilizó la guía de entrevista, relacionándose con los lugares y formas de venta, participación en ferias nacionales e internacionales y exportación.

Se identificó que todos los entrevistados refieren que antes de la pandemia del Covid19, el principal canal de distribución de sus productos era la venta directa en las diversas ferias locales, nacionales o internacionales; y en el caso local, además de las ferias, se presentaba como alternativa los paradores turísticos instalados en Chan Chan y Huacas del Sol y La Luna. Otros de los espacios utilizados como punto de venta son tiendas propias, como lo refieren las entrevistadas 1 y 2 respectivamente: "Sí, boulevard Huanchaco", "Si, en el local Manos Mocheras. Se está mejorando la infraestructura, porque vamos a hacer un centro cultural"; en tanto que, otros deben adaptar sus propios talleres como espacios de comercialización, como expresan los entrevistados 3 y 5: "Por el momento tenemos taller, ahí exhibimos nuestros productos".

Otra alternativa, poco frecuente, se relacionaba con las exposiciones para los turistas que desembarcaban en el puerto de Salaverry a través de cruceros, tal como se observa en las siguientes respuestas: Entrevistado 1: "Cruceros, ferias en Huanchaco, y nuestra tienda MINKA"; entrevistado 2: "Parador turístico Huaca de Sol y La Luna y en nuestro taller"; entrevistado 3: "Siempre participábamos en ferias nacionales que convoca MINCETUR y siempre hemos representado a la Libertad, también en ferias internacionales, como Milán y Roma (Feria Milano)". Finalmente, además de la venta directa, los entrevistados

2 y 4 advierten respectivamente el uso de los canales digitales: "hacemos delivery, el pedido es de manera digital", "Siempre han sido en ferias y además en las redes sociales".

Ninguno de los artesanos cuenta con convenios ni alianzas con tiendas comerciales con una mejor reputación de marca en la ciudad de Trujillo, como se refiere en el testimonio de los entrevistados 1, 2, 3 y 5, respectivamente: “Por ahora no, después de la pandemia”, “No, pero si vendíamos nuestros productos en dos aeropuertos a nivel nacional”, “No, antes de la pandemia teníamos una tienda entre varios artesanos, pero esa tienda se cerró a raíz de la pandemia”, “No, algunos artesanos los hacen”. Se puede precisar que el entrevistado 3 manifestó que tuvieron una alianza con una marca nacional, pero que, ésta se desvinculó a partir de la pandemia “Teníamos una tienda que trabaja con nosotros ‘Café Altomayo’”.

En relación con su participación en ferias promovidas por la Municipalidad Provincial de Trujillo (MPT), puede advertirse que ésta no es frecuente ni generalizada entre todos los artesanos. Las artesanas 1 y 5 ha tenido dicha oportunidad y los artesanos 2 y 4, manifiestan no haber participado en las ferias de la MPT.

Asimismo se identificó que algunos artesanos han tenido experiencia y participación en ferias nacionales o internacionales, en concordancia con lo dicho por los entrevistados 1, 3, 4 y 5, respectivamente: “Si en el Peruvian Giftshow y la embajada de los Estados Unidos”, “(...) mayormente salimos a ferias que realiza MINCETUR y la feria ‘Nuestras Manos’ que lo realizan en el parque Kennedy o Larcomar (Lima)”, “Si, algunas veces en Lima, organizaba la Municipalidad Provincial de Trujillo, pero ya hace unos 8 años”, “Si, en Lima como parte del patrimonio de la huaca (La Luna)”.

En relación con la exportación de los productos, se identificó que ninguno de los entrevistados ha incursionado en la venta de exportación. Algunos artesanos (2 y 3) han tenido la oportunidad de vender sus productos en el extranjero, apoyados en la intermediación de compradores, refieren que se terceriza a través de gente que vende los productos al exterior. Solo la artesana 2, manifiesta haber incursionado en la venta de exportación.

Para el tercer objetivo específico se orientó a identificar la adopción y uso de herramientas digitales que han utilizado para promover la venta de los productos.

Para obtener los resultados de este objetivo se utilizó la guía de entrevista, relacionándose con el uso de las herramientas digitales de promoción y comercialización, uso de página web y editores gráficos.

Se identificó que las herramientas digitales más utilizadas fueron el uso de las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp business, los mismos que se han ido adoptando con mayor énfasis a partir de la pandemia, debido a capacitaciones promovidas por personal de Mincetur. Esta situación no ha sido adoptada por la entrevistada 5, quien manifiesta: “Nosotros en realidad no hemos hecho, desde que llegó la pandemia quedamos ahí y recién estamos reactivando”.

La mayoría de los entrevistados, no tienen página web activa, para promocionar los productos, como lo indican los entrevistados 2, 3 y 4, respectivamente: “Si tenemos una página, pero ahora no la utilizamos”, “Hasta hace poco he tenido mi página web. La he cerrado porque voy a cambiar nuestras presentaciones y diseños”, “Si hemos tenido, pero, por ahora no estamos usándola”. Una observación importante de destacar es la del entrevistado 4, quien considera que las herramientas digitales no son de utilidad para desarrollar su negocio de artesanía, refiriendo que: “Si, bueno, tengo una web, un blog, Facebook e Instagram, pero en realidad no tienen un mayor impacto como la venta directa con los clientes”.

Todos los entrevistados también manifiestan que han sido capacitados en el uso de herramientas para la edición y fotografía que les permita mejorar la calidad de sus presentaciones digitales. No obstante, se han encontrado posiciones divergentes en la experiencia y percepción sobre la utilidad de las nuevas tecnologías. El entrevistado 2 considera que las capacitaciones le han permitido mejorar la calidad de sus fotografías, en contraste con el entrevistado 4 que manifiesta que no ha utilizado dichos conocimientos porque son sistemas “comerciales y no artísticos”, además de considerar que fue “un curso básico, nada más”.

En relación con el cuarto objetivo específico orientado a identificar las medidas sanitarias que utilizaron para el proceso de elaboración de los productos.

Para obtener los resultados de este objetivo, se utilizó la guía de entrevista, formulándose las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19? y ¿cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? Que permitieron identificar las medidas locativas e individuales, además, de aspectos relacionados con la comunicación y divulgación.

Se identificó que todos los entrevistados, estuvieron utilizando medidas para poder prevenir la infección por COVID-19, refiriendo el uso del gel desinfectante al ingresar a un ambiente o tocar algún material, alcohol, lavado de manos, el uso de doble mascarilla y protector. Sin embargo, el entrevistado 4, manifestó, indirectamente, que se ha bajado el nivel de exigencia en el cuidado cuando dice que “En un comienzo tuvimos que ser muy rigurosos, porque hemos tenido que usar el protector facial con doble mascarilla, cumpliendo con todo el protocolo. Actualmente, con el lavado de mano constantemente nosotros y el alcohol”. Finalmente, la entrevistada 5 considera que ya existe todas las condiciones para realizar las actividades rutinarias por el hecho de estar vacunadas contra el Covid19. Además, los entrevistados 2 y 4, se realizan la prueba frente al COVID -19 cada cierto tiempo respectivamente. “Claro, miembros del equipo se hacen la prueba COVID, así hayan sido vacunado se realizan cada dos meses la prueba”, “Si, como tomar una prueba COVID mensual para descartar el contagio del virus”.

Con respecto el quinto objetivo específico que se orientó a analizar el proceso organizacional que cuentan los artesanos para promover el turismo en la provincia de Trujillo.

Para obtener los resultados de este objetivo, se utilizó la guía de entrevista, relacionándose con la planificación de actividades, toma de decisiones y capacitaciones.

Se identificó, que todos los entrevistados manifiestan planificar las actividades con el fin de organizar mejor los recursos. Los entrevistados 1, 2 y 3, respectivamente, manifestaron: “Sí, tenemos un plan de actividades como toda organización”, “(...) hemos tenido un plan de trabajo, para mejorar la infraestructura en el ambiente de exhibición”, “Sí, tenemos un plan de actividades, como toda organización”. Algunos de los resultados consecuentes

de la planificación referida son las participaciones en ferias nacionales y locales. La entrevistada 3 participará en la feria “Ruraq Maki” organizada en Lima por el Ministerio de Cultura para el mes de diciembre; en tanto que, la entrevistada 2, lo hará en las celebraciones del aniversario de Moche en el mes de octubre, que contará con la participación de 15 delegaciones latinoamericanas.

Otras interrogantes formuladas en el marco del cumplimiento del objetivo 5, fueron ¿cómo han realizado la toma de decisiones en su organización? y ¿cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos? Al respecto, se identificó que las respuestas son variadas, los entrevistados 2 y 4 manifiestan haberse individualizado ya que no recibieron apoyo de la organización, asimismo los entrevistados 1, 3 y 5 manifiesta continuar en ella y que la toma de decisiones se realizan según las necesidades de la asociación como manifiesta la entrevistada 1, refiere “(...) cuando hay producción, se dividen los trabajos, como el caso de las ferias en las que algunos se encargan de las ventas, otros de las conexiones con los clientes y así todos tienen responsabilidades y beneficios “.

Finalmente, se identificó que los artesanos están inscritos en el Registro Nacional de Artesanos y que reciben capacitaciones en temas de organización y otros temas especialmente por el MINCETUR, asimismo algunos artesanos reciben colaboración de capacitación por otras instituciones como la Universidad del Pacífico, Gobierno regional y Minka.

Finalmente, los resultados del objetivo general fueron de identificar las estrategias de reinversión de los artesanos de MINKA para promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo.

Las estrategias principales de reinversión de cada objetivo específico fueron:

La primera estrategia, se identificó que para el desarrollo de productos artesanales se basan principalmente en la calidad de los mismos, utilizando las materias primas de la localidad respetando al medio ambiente y luego el diseño e innovación de la representación, utilizando la identidad cultural de la localidad.

La segunda estrategia, se identificó que las principales formas de medios de comercialización fueron la venta directa en ferias locales, nacionales e internacionales asimismo la venta a través de canales digitales.

La tercera estrategia, se identificó que las herramientas digitales más frecuentes fueron, el uso de las redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp business, asimismo la adopción de programas de edición fotográfica a través de capacitaciones por el MINCETUR.

La cuarta estrategia, se identificó que la medida sanitaria más frecuente fue las de prevención de infección frente al COVID-19, como el uso del gel desinfectante al ingresar a un ambiente o tocar algún material, alcohol, lavado de manos, el uso de doble mascarilla y protector.

La quinta estrategia, se identificó que todos los entrevistados cuentan con un plan de actividades y organización de los recursos, sin embargo, dos de los entrevistados se han retirado de las asociaciones.

Discusión de resultados

A fin de cumplir con el objetivo general de identificar las estrategias de reinversión de los artesanos de MINKA para promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo, primero se analizaron los resultados, exponiendo de manera resumida los principales hallazgos de cada objetivo. De esta manera, se pudo establecer que los resultados siguientes:

En relación con el primer objetivo específico, se encontró que las características de los productos artesanales son de carácter general y específicas. Las primeras son transversales a cualquier artesanía; en tanto que las características específicas se vinculan con los materiales, colores, técnicas, presentación, entre otros factores. En cuanto al segundo objetivo se observó que, antes de la pandemia del Covid-19, las actividades comerciales se localizaban principalmente en ferias distritales de Trujillo, Moche o Huanchaco; tiendas de MINKA. Respecto al tercer objetivo se encontró que gran parte de los artesanos no han implementado sistemas de marketing ni comunicación digital, no obstante, reconocen que las redes sociales se convierten en una herramienta estratégica para el desarrollo de sus negocios. En el cuarto objetivo se identificó que los protocolos de bioseguridad aplicados durante el periodo de pandemia fueron los que se establecieron desde sus inicios; sin embargo, existen casos que perciben que se ha bajado el nivel de exigencia en el cuidado. Finalmente, en el quinto objetivo se determinó los artesanos autoperciben que cuentan con planes de trabajo y/o actividades que evitan situaciones improvisadas y que además responden al trabajo colaborativo; no obstante, en la contrastación de campo se identificó una tendencia a la individualización y alejamiento de sus asociaciones.

Al contrastar los resultados de esta investigación con los antecedentes de estudio se determinó que:

Existen similitudes metodológicas con el estudio de Martínez (2015) debido a ambas investigaciones fueron de carácter cualitativo, con diseño no experimental y utilizaron la entrevista como instrumento de recojo de información. No obstante, difieren en la tendencia de la conclusión relacionada con el primer objetivo. Los resultados de esta investigación tienen una tendencia negativa al referir que “en ciertos grupos existen diferentes opiniones sobre la artesanía en relación a la

innovación debido que si se mejora los productos se pierde las costumbres de los artesanos que ellos creen salvaguardar con el paso del tiempo”.

También se coincide metodológicamente con el estudio de Yancha (2020) tanto en la naturaleza de investigación cualitativa, su diseño descriptivo y el uso de la entrevista a profundidad. No obstante, sus conclusiones difieren con los resultados del primer objetivo específico de esta investigación, al referir que los artesanos “piensan que la innovación les traerá gastos innecesarios, de tal manera que prefieren lo convencional y no seguir innovando”.

En la comparación de los hallazgos del segundo objetivo específico se utilizó la investigación de Del Carpio (2016). Ambas investigaciones coinciden en la necesidad de ayuda en ámbitos de inversión, financiamiento y comercialización del sector artesanal; debilidades que derivan de las deficiencias en el sistema organizacional.

Blanco (2017) presentó un artículo titulado “Guía de Nuevas Tecnologías para Artesanos”, encontrándose similitudes en la utilización de una metodología cualitativa con entrevistas a profundidad aplicada a ocho artesanos respecto a sus experiencias sobre el uso de las tecnologías y la venta de sus productos. Además de las coincidencias metodológicas, este estudio permitió comparar los resultados del tercer objetivo específico, encontrándose similitudes en el uso necesario de las tecnologías digitales. El autor también considera que el internet es la forma más efectiva mostrar los productos artesanales, así como el proceso de elaboración, generando que el público pueda ver los procedimientos de la realización, a fin de tomar decisiones más concretas.

Para contrastar el cuarto objetivo específico se utilizó la información de la revista Artesanías Colombia (2020) que en su publicación “Protocolo de bioseguridad sector artesanal” establece diferencias de contenido al señalar la necesidad de implementar lineamientos para identificar a los artesanos en condición de riesgo para luego ser registrados, además de procedimientos para la recepción y despacho de la artesanía, entre otros aspectos. Dichos lineamientos de Artesanías Colombia no fueron expuestos en esta investigación.

El estudio de Yancha (2020), que se citó con anterioridad, también permitió comparar los resultados del quinto objetivo específico, corroborando la coincidencia con sus hallazgos, cuando concluye que colectivamente, los

artesanos, no cuentan con las capacitaciones constantes acerca de la cultura organizacional; ya que cada socia escoge trabajar de manera independiente.

V. CONCLUSIONES

Las conclusiones de la investigación son las siguientes:

1. Los artesanos de Trujillo no lograron establecer procesos de reinención estratégica, dado que, solo dos de los cinco factores estudiados han tenido algún nivel de ejecución, éstos se relacionan con el desarrollo de los productos y sus correspondientes características en calidad, diseño e innovación; además de la adaptación e implementación de las normas sanitarias establecidas a nivel nacional. En relación con los procesos de organización, comercialización y uso de herramientas de marketing digital, puede encontrarse debilidades que obligan a replantear su planificación e implementación.
2. A partir de la pandemia del Covid 19, las características para la elaboración de los productos que los artesanos dieron prioridad fueron, la calidad, el cual utilizaron los materiales e insumos locales y ecológicos, además del diseño que fueron inspirados en la historia de las culturas prehispánicas y las tradiciones de la localidad; asimismo de la renovación de sus diseños, que realizo en un periodo trimestral.
3. Se encontraron debilidades en el proceso de comercialización. La pandemia ha debilitado las economías individuales y como consecuencia las actividades comerciales que se realizaban en ferias distritales, regionales y nacionales de grandes concurrencias. A ello se suma el predominio en la concepción y prácticas de ventas de manera directa y al consumidor final, con un mínimo uso de las nuevas tecnologías digitales para los procesos de promoción y ventas.
4. En cuanto al uso de herramientas digitales utilizadas para la promoción y ventas artesanales, no existe un conocimiento ni implementación adecuada de las plataformas de redes sociales y mucho menos de las páginas web, a pesar de que se han desarrollado algunas capacitaciones relacionadas con las potencialidades de Facebook, Instagram y WhatsApp business.
5. En el sector artesanal de Trujillo, existe una adecuada implementación de las medidas sanitarias contra el Covid19, tanto en los procesos de producción como comercialización; no obstante, se advierten algunas situaciones en las que se ha ido descuidando estas exigencias preventivas.

6. En relación con el proceso organizacional, los artesanos tienen errores conceptuales respecto al significado de la planificación, limitándose solo a la elaboración de un calendario de actividades. Se demuestra que no se encontró grandes logros desde un grupo organizacional que faciliten alianzas estratégicas para una inserción competitiva en nuevos mercados, contrariamente, los negocios se estructuran desde miradas individualistas.

VI. RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones de la investigación se formulan las siguientes recomendaciones:

1. Para reforzar los procesos de organización, comercialización y uso de herramientas digitales, en los que se encontraron mayores debilidades, primero deben fortalecerse los vínculos asociativos entre los artesanos y los representantes de Minka, generando sentidos de identidad institucional; segundo, deben elaborarse planes concertados para la reinserción en los diferentes mercados locales, nacionales e internacionales. La planificación de estos procesos debe realizarse en el corto y mediano plazo, dada el estancamiento económico presentado en los dos últimos años.
2. Fortalecimiento de las relaciones y alianzas estratégicas entre Minka e instituciones educativas superiores y organismos no gubernamentales con el propósito de realizar investigaciones de mercado que permitan identificar con mayor precisión las necesidades y expectativas de los clientes; además de desarrollar un programa anual de capacitaciones con el propósito de mejorar los procesos de calidad y tendencias en la innovación y diseño de los productos artesanales.
3. Para mejorar el proceso de comercialización debe implementarse un programa de capacitación a artesanos para el desarrollo de capacidades para la exportación; además de promover la realización trimestral de eventos comerciales y la ampliación de puntos de venta diferenciados, en coordinación con los gobiernos locales y regionales. Finalmente, debe un plan para la gestión colectiva orientada a la venta de artesanías en restaurantes y hoteles locales y/o regionales, generando valor agregado a este tipo de negocios.
4. Es preponderante reforzar los sistemas de mercadeo y comunicación digital, a través de alianzas estratégicas con instituciones educativas superiores, a través de sus programas de prácticas preprofesionales y/o responsabilidad social, de esta manera se proyectará un trabajo comunicacional sostenible en el mediano y largo plazo. Asimismo, semestralmente, debe implementarse una intensiva campaña de comunicación digital que resalte el valor cultural de la artesanía trujillana dirigida a los públicos nacionales e internacionales.

5. Siendo una necesidad preponderante del Estado la prevención y control del Covid19, la asociación de artesanos Minka, además de continuar con los protocolos establecidos, debe implementar un sistema permanente para el empadronamiento y monitoreo en salud de sus asociados, en coordinación con los organismos de salud pública, asegurando condiciones laborales óptimas que protejan a todos los integrantes de la cadena de producción y comercialización artesanal. Además de reforzar los conocimientos y sensibilización de sus miembros a través de charlas médicas trimestrales desarrolladas en las plataformas digitales como zoom o meet.
6. Se debe fortalecer el liderazgo de las autoridades de la asociación Minka para promover el principio de asociatividad, facilitando diálogos y concertaciones respecto a programas que sean de interés de los asociados. Estos deben priorizar la capacitación, la gestión de la comunicación, la implementación de sistemas de bioseguridad, etc. Asimismo, debe promoverse un programa de reconocimientos de los logros y la calidad del trabajo de los asociados, fortaleciendo un clima y una cultura organizacional sólida, de tal manera que mitigue la individualidad.

VII. REFERENCIAS

- Artesanías Colombia (2020). Presentación protocolos de bioseguridad sector artesanal. 25(19), 59-10.
www.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/4974
- Aguilar, A., Fornons, D., & Medina, F. X. (2013). Comer en Cataluña en tiempos de crisis: ¿cambios materiales o cambios conceptuales?, en González Turmo, I. (ed.), *Respuestas alimentarias a la crisis económica*. Sevilla: International Commission on the Anthropology of Food (ICAF).
- Alegre, J., Mateo, S., & Pou, L. (2013). Tourism participation and expenditure by Spanish households: The effects of the economic crisis and unemployment, *Tourism Management*, 39, 37-49.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.04.002>
- Arbore, M. R., & Medina, F. X. (2009). Turismo, cooperación y construcción del otro, en Tresserras, J., Medina, F. X., Santonja, P., & Solanilla, P. (eds.), *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*, 69-82. Barcelona: Ibertur/Universitat de Barcelona/IEMed.
- Balalia, A. E., & Petrescu, R. M. (2011). The involvement of the public and private sector: Elements with influence on travel & tourism demand during the crisis period, *Tourism and Hospitality Management*, 17(2), 217-230.
- Blanco, A. (2017). *Guía de Nuevas Tecnologías para Artesanos*. Fundación Española para la Innovación de la Artesanía. 28(56), 109-120.
www.fundesarte.org
- Combol, A. (2013). Universidad de la república. Escuela universitaria de tecnología médica. 23(2), 102-111.
www.higiene.edu.uy/parasito/cursep/biosegl.pdf
- Carpio, P. (2016). Estrategias mercadológicas e innovación en las artesanías, una tradición transformadora. *Poliantea*, 23, 77.
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=04c4c829-fb7e-4fb0-8a70-8122f13175eb%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZH MtbGl2ZQ%3d%3d#AN=edsgcl.544404408&db=edsgii>

- Castañeda, Hernández y Castro. (2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Pensamiento & Gestión*, 26, 165–190.
- Gomez, (2015). "Efectos de la crisis y propuestas para su recuperación en el sector turístico español. 62(2) 72. https://www.researchgate.net/publication/289496747_Efectos_de_la_crisis_y_propuestas_para_su_recuperacion_en_el_sector_turistico_espanol
- Roberts, J. (2004). *La empresa moderna. Organización estrategia y resultados.* Oxford
- Martínez, Olarte, Álvarez y Velázquez. (2018). Estrategias Para La Gestión Comercial De Las Artesanías Elaboradas Con Palma Soyate En La Región De Tantoyuca. (Spanish). *Congreso Internacional de Investigacion Academia Journals*, 10(3), 1005.
- Manuel, T (2014). Nuevas actitudes y modelos de negocio entre diseño y artesanía *Revista MasD (ISSN 2027-095X) N° 14, Vol. 8, Año 2014.* https://www.researchgate.net/profile/Manuel_Martinez_Toran/publication/311616321_Nuevas_actitudes_y_modelos_de_negocio_entre_diseno_y_artesania_New_attitudes_and_business_models_between_design_and_crafts/links/58512da508ae0c0f321a56ea/Nuevas-actitudes-y-modelos-de-negocio-entre-diseno-y-artesania-New-attitudes-and-business-models-between-design-and-crafts.pdf
- Mincetur (2020). El Perú conmemora el día internacional del artesano <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/109626-el-peru-conmemora-el-dia-internacional-del-artesano>.
- Moctezuma, P. (2018). Ingenio artesanal y desviación comercial de las artesanías en el estado de Morelos. *Alteridades*, 28(56), 109-120.
- Sánchez, YanCHA y Montero (2020). Cultura organizacional e innovación en la Asociación de Mujeres Artesanas Unión y Progreso del Cantón Sigchos. *Dilemas Contemporáneos*
- Ortiz, A. (1999). El individuo andino, autóctono y cosmopolita *Cultura y globalización. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú,* Ostrica

Página web: Organización mundial de salud (OMS) recuperado de:
<https://www.who.int/es>

Página web de centro de investigación estudio y promoción del desarrollo minka
ciepd minka. <https://www.datosperu.org/empresa-centro-de-investigacion-estudio-y-promocion-del-desarrollo-minka-20156061183.php>. La libertad-trujillo-simbal (página web)

Piar, A. (2018). La cuestión del paisaje en la reinención de los destinos turísticos maduros. Málaga y la Costa del Sol.: ACE: Architecture, City and Environment = Arquitectura, Ciudad y Entorno, 9 (25): 303-326.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4794208>

Portal web del sistema de información para la promoción y desarrollo del artesano-MINCETUR. <http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/>

Ríos, S. (2010). La cerámica tradicional peruana en Artesanías de América. PUCP

Ríos, S. (2009). La panadería tradicional del Perú y sus expresiones plásticas. En Artesanías de América. TRILLAS

Segura, E. (2015), Estrategias de Marketing para el posicionamiento de los productos textiles artesanales del distrito de Huamachuco. (Tesis de licenciatura en administración en turismo y Hotelería Universidad Cesar Vallejo).

Silva, T y Fernández, P. (2017). El patrimonio en la reinención de Málaga. Agentes, instrumentos y estrategias. Investigaciones geográficas. TRILLAS

Tpubes, D., Fraix, J. (2011). Gestión proactiva de crisis en el turismo: una experiencia de estudio en Galicia. www.pasosonline.org v(9)N|(2)279-289.

Quintero, J. y Sánchez, J. (2006). Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. The Value Chain: A Strategic Thought Tool. Vol. 8 (3), p.381.

Valdivia, J. (2015). Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresa. Ic Editorial.

Zapata, J. Sigala, L. Martinez, A. (2016). Toma de decisiones y estilo de liderazgo: estudio en medianas empresas. COMPENDIUM.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Estrategias de reinversión de los artesanos de MINKA para promover el turismo en tiempos de crisis, Trujillo 2020 -2021.

PROBLEMA	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA Y CATEGORÍAS	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuáles son las estrategias de reinversión de los artesanos de MINKA para promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Cuáles son las características que se están desarrollando en la mejora de sus productos para promover el desarrollo del turismo?</p> <p>¿Cuáles son las formas de comercialización que los artesanos están utilizando para sus productos?</p> <p>¿De qué manera han utilizado la adopción y uso de herramientas digitales para promover la venta de sus productos?</p> <p>¿Cuáles son las medidas sanitarias que están utilizando el MINKA para el proceso de sus productos?</p> <p>¿Cuál es el proceso organizacional que cuentan los artesanos para enfrentar la crisis por la Covid-19 para promover el turismo en la provincia de Trujillo?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Identificar las estrategias de reinversión de los artesanos de MINKA para promover el desarrollo del turismo en la provincia de Trujillo.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Analizar las características que están desarrollando la mejora de los productos para promover el desarrollo del turismo.</p> <p>Identificar las formas de comercialización de sus productos.</p> <p>Identificar la adopción y uso de herramientas digitales que han utilizado para promover la venta de sus productos.</p> <p>Identificar las medidas sanitarias que están utilizando para la elaboración de sus productos.</p> <p>Analizar el proceso organizacional de los artesanos de Minka para enfrentar la pandemia y promover el turismo en la provincia de Trujillo.</p>	<p>Unidad temática: Estrategias de reinversión</p> <p>Categorías: Características de los productos Medios de comercialización Adopción herramientas digitales Protocolos de bioseguridad Organización</p>	<p>Tipo de Investigación: Aplicada</p> <p>Diseño de la Investigación: Interpretativo y no experimental Enfoque de la investigación: Cualitativo</p> <p>Población: Artesanos del centro Minka</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumentos: Guía de Entrevista Ficha de observación</p>

Anexo 2: Matriz de categorización

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	TEMA	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Estrategias de reinversión	CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS	- CALIDAD	- MATERIALES - TEXTURAS	¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías?	FICHA DE OBSERVACIÓN
		- DISEÑO	- TEMÁTICA - COLORES - TAMAÑOS	¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños?	
		- INNOVACIÓN	- PRESENTACIÓN - TÉCNICAS - INSUMOS	¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías? ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos?	GUÍA DE ENTREVISTA
	MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN	- LOCAL - VENTA DIRECTA NACIONAL	- TIENDAS COMERCIALES DEDICADOS A LA ARTESANÍA - STAND FERIAS LOCALES FERIAS NACIONALES GRAN SALÓN DEL ARTESANO	¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaba sus productos? ¿cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios, etc.) ¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos? ¿Cuenta con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara, ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos? En las ferias realizadas por la Municipalidad provincial de Trujillo,	GUÍA DE ENTREVISTA

		<p>. MAYORISTA . AGENTES</p> <p>INTERNACIONAL</p> <p>INTERMEDIARIO</p>	<p>FERIA DEL ARTESANO (MPT)</p> <p>EVENTOS INTERNACIONALES RELACIONADOS A LA ARTESANÍA</p> <p>EXPORTACIÓN</p>	<p>¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos? ¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?</p> <p>¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional?, ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participo, y el lugar donde se exhibió la feria?</p> <p>¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?</p> <p>¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?</p>	
	<p>ADOPCIÓN DE HERRAMIENTAS DIGITALES</p>	<p>- PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</p> <p>- PÁGINA WEB</p> <p>- EDITORES GRÁFICOS</p>	<p>- REDES SOCIALES (FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE)</p> <p>- BLOGS, REVISTA ELECTRONICA</p> <p>- COREL DRAW, PHOTOSHOP, GIMP, ADOBE ILLUSTRATOR</p>	<p>¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?</p> <p>¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?</p> <p>¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?</p> <p>¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales? como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.</p>	<p>GUÍA DE ENTREVISTA</p>

	PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - MEDIDAS LOCATIVAS - MEDIDAS INDIVIDUALES - COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> - ADECUACIÓN, LIMPIEZA, DESINFECCIÓN DE ÁREAS Y PUESTOS DE TRABAJO - PAUSAS ACTIVAS - TALLERES DE PREVENCIÓN - CHARLAS - REGISTRO DE INGRESO - USO DE EPP - DESINFECCIÓN Y LAVADO DE MANOS - USO CORRECTO DE MASCARILLA - DISTANCIA EN EL ÁREA DE TRABAJO - CAPACITACIONES MENSUALES - MEDIDAS DE SEGURIDAD SOBRE SALUD EN EL TRABAJO - CONOCIMIENTOS SOBRE SOLUCIONES LABORALES REFERENTE AL COVID 19 	<p>¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el Covid 19?</p> <p>¿Cuentan con algún protocolo de bioseguridad para poder asistir a su centro de labores?</p> <p>¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del Covid 19?</p>	GUÍA DE ENTREVISTA
--	----------------------------	---	---	--	--------------------

	ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES - TOMA DE DECISIONES - CAPACITACIONES 	<ul style="list-style-type: none"> - CRONOGRAMA SEMANAL - CRONOGRAMA DE VENTAS - LISTA DE MATERIALES QUE LES FALTAN - DEFINIR Y ANALIZAR EL PROBLEMA - EVALUAR ALTERNATIVAS, ELEGIR Y APLICAR LA DECISIÓN - CHARLAS INFORMATIVAS - CAPACITACIONES SOBRE NUEVAS TENDENCIAS DE LA ARTESANÍA - TALLERES 	<p>¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia?</p> <p>¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?</p> <p>¿Cómo han realizado la toma de decisiones en su organización?</p> <p>¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?</p> <p>¿De qué manera se han capacitado en su organización?</p> <p>¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?</p>	<p>GUÍA DE ENTREVISTA</p> <p>GUÍA DE ENTREVISTA</p>
--	--------------	--	--	---	--

Anexo 3: Instrumentos

Ficha de observación de las artesanías de Minka	
Imagen	Nombre de la artesanía
	Autor
	Año de realización
	Temática
	Precio
Descripción:	
Origen	
Materiales	
Técnicas	
Temática	
Tamaño	
Color	
Presentación	

GUIA DE ENTREVISTA

NOMBRE: -----

A QUE ASOCIACION PERTENECE: -----

LINEA ARTESANAL: -----

1. ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? (materiales, texturas)
2. ¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños? (temática, tamaño, formas)
3. ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías?
4. ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos?
5. ¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaban sus productos?
6. ¿Cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios)
7. ¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos?
8. ¿Cuentan con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos?
9. ¿En las ferias realizadas por la municipalidad provincial de Trujillo ¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos?
¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?
10. ¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional? ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participó, y el lugar donde se exhibió la feria?
11. ¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?
12. ¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?
13. ¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?
14. ¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?

15. ¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?
16. ¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales?, como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel Draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.
17. ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19
18. ¿Cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? ¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del COVID-19?
19. ¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia? ¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?
20. ¿Cómo han realizado la toma de decisiones en su organización?
21. ¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?
22. ¿De qué manera se han capacitado en su organización?
23. ¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?

Anexo 4: Validaciones



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 9 de noviembre _____ de 2020

Apellido y nombres del experto: Elizabeth Luz Segovia Aranibar _____

DNI: 10460532 _____ Teléfono: _____

Título/grados: Mg. Sc. en Ecoturismo _____

Cargo e institución en que labora: Docente Tiempo Parcial Pregrado Escuela ADM. en Turismo y Hotelería UCV _____

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en cada una de las celdas.

ITEM		INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?								X				
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?									X			
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?								X				
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?						X						Ampliar las bases y definiciones teóricas de la investigación.
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?								X				
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?							X					Ampliar el sustento de las teóricas para la discusión.
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?								X				

Promedio de valoración: _____

Estrategias de reinención de los artesanos de MINKA para promover el turismo en tiempos de crisis, Trujillo 2020 -2021

Elizabeth Luz Segovia A.

FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
 Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 09 de noviembre de 2020

Apellido y nombres del experto: Huamani Paliza, Frank David

DNI: 41523590 Teléfono: 999418209

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	PREGUNTA	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		En la primera pregunta, no son "características"
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		Debes hacer preguntas sobre técnicas forneas
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		Sería importante ver como ha ido variando su producto final
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90%



FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 5: Pruebas de confiabilidad



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 09 de noviembre de 2020.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41726975 Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?									X			

Promedio de valoración: 94%



Mg. Verónica Zevallos Gallardo.
Coordinadora E.P Administración en Turismo y Hotelería
Lima norte

Anexo 6: Constancia de Turnitin

Reporte N°2

INFORME DE ORIGINALIDAD

11 %	11 %	2 %	3 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

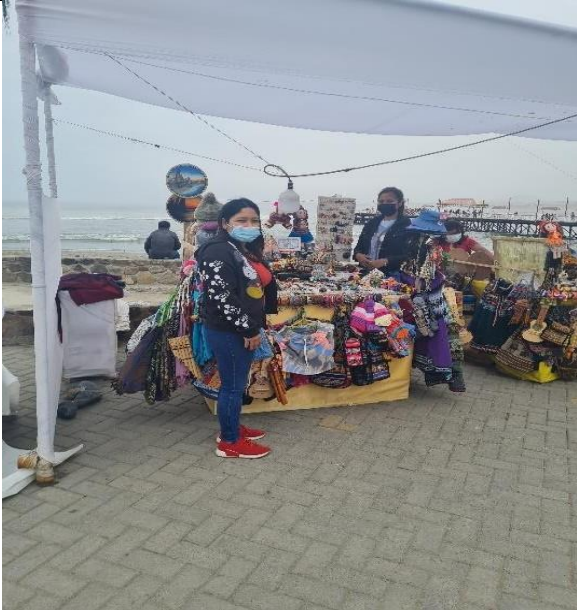
FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
2	www.scielo.unal.edu.co Fuente de Internet	1 %
3	bibliotecadigital.udea.edu.co Fuente de Internet	1 %
4	docplayer.es Fuente de Internet	1 %
5	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1 %
6	documentop.com Fuente de Internet	<1 %

Anexo 7: Transcripción de entrevistas

Matriz de entrevistados

Nº	Entrevistado	Institución	Especialidad
1	Carolina Gonzales Bueno	Asociación de artesanos Minka	Repujado en cuero
2	Doris Asmat	Taller Manos Mocheras	Cuero, textil y cerámica
3	Vilma Morey	Arte y Artesanía Morey	Materiales con enfoque ecológico
4	Nelson Mendoza Chávez	Arte Milenaria Muchic	Tallados en madera y fibras vegetales trenzables
5	Violeta Vílchez	Asociación Señora Moche	Textil

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DEL PARTICIPANTE Nº1	
Nombre del entrevistado	Carolina Gonzales Bueno
Nombre de la asociación	Asociación de artesanos Minka
Línea artesanal	Especialidad: repujado en cuero
Evidencia fotográfica	
	
Ítems	
<ol style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? (materiales, texturas) <ul style="list-style-type: none"> - Selección, diseño y materiales ¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños? (temática, tamaño, formas) 	

- Iconografías, historias, colecciones en base a cada estación inspiración en las culturas milenarias
- 3. ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías?
 - Cada 3 meses innovamos en las texturas: diseño y color, básicamente por la estación y la idea original.
- 4. ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos?
 - Si, innova Perú, diseño artesanal por Promperú, startup weekend
- 5. ¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaban sus productos?
 - Cruceros, ferias en Huanchaco, y nuestra tienda MINKA
- 6. ¿Cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios)
 - Venta directa al consumidor final
- 7. ¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos?
 - Tiendas de amigos, ferias y museos
- 8. ¿Cuentan con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos?
 - Sí, boulevard Huanchaco
- 9. ¿En las ferias realizadas por la municipalidad provincial de Trujillo ¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos? ¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?
 - Se hacen por estación, Si asistí para el día del artesano
- 10. ¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional? ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participó, y el lugar donde se exhibió la feria?
 - Peruvian Giftshow y la embajada de los Estados Unidos.
- 11. ¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?
 - No
- 12. ¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?
 - Aun no estamos en esta etapa.
- 13. ¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?
 - Facebook, WhatsApp business
 - No tenemos página web
- 14. ¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?

- Sí acabamos de terminar un curso de artesano digital
15. ¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?
- No, estamos aprendiendo de ello actualmente
16. ¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales?, como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel Draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.
- En el curso de artesanos de la libertad, con ayuda de la embajada de los Estados Unidos.
17. ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19
- Ponerse gel desinfectante antes de ingresar a cualquier lugar o tocar algo.
 - Usar doble mascarilla y protector.
18. ¿Cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? ¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del COVID-19?
- Tener alcohol gel siempre a la mano para los clientes
 - Usar doble mascarilla y protector.
19. ¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia? ¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?
- Planificamos organizamos y ejecutamos nuestras actividades de acuerdo al requerimiento de nuestros pedidos y también para abastecer el stock.
 - Sí tenemos un plan de actividades como toda organización
20. ¿Cómo han realizado la toma de decisiones en su organización?
- Dialogando con la junta de socios y dependiendo de las necesidades de la asociación.
21. ¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?
- Te contaré cuando tenemos producción, nos dividimos los trabajos, por ejemplo, cuando hay ferias: hay un grupo que se encarga de las ventas, otro grupo produce igualmente otro grupo encargado de las conexiones de los clientes y así todos tienen responsabilidades y beneficios
22. ¿De qué manera se han capacitado en su organización?
- Mujeres resilientes, universidad del pacifico, Minka, proyectos en Chan Chan
23. ¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?

- Capacitándonos en innova Perú, logrando nuevas tendencias y mejorando la calidad de la presentación, igualmente mirando que nuestras artesanías cuenten una historia y sea de gran utilidad para quienes los compran en el mercado

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DEL PARTICIPANTE N°2

Nombre del entrevistado	Doris Asmat
Nombre de la asociación	Manos Mocheras
Línea artesanal	Cuero

Evidencia fotográfica



Ítems

1. ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? (materiales, texturas)
 - Cuero, el producto se diferencia en nuestros acabados que son de buena calidad
2. ¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños? (temática, tamaño, formas)
 - Temática moche todo de iconografía y líneas
3. ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías?

- Siempre hacemos, en el año innovamos 4 veces
- 4. ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos?
 - Si, estamos viendo todo lo que es new reserva y se va aplicar al cuero y al textil
- 5. ¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaban sus productos?
 - Parador turístico Huaca de sol y la luna y en nuestro taller, pero por la pandemia hacemos delivery (el pedido es de manera digital)
- 6. ¿Cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios)
 - Redes sociales, también la venta directa que es en huaca de sol y la luna y nuestro taller
- 7. ¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos?
 - Por ahora no, después de la pandemia
- 8. ¿Cuentan con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos?
 - Si, Local manos Mocheras justo ahora se está mejorando la infraestructura, porque vamos hacer un centro cultural y aparte de eso estamos capacitando a 10 artesanos, para que ellos con su negocio de emprendimiento que ha surgido en esta pandemia. Debido a la pandemia su trabajo se aniquiló han vuelto a emprender en cerámica, billetera bordada de tela, textilería y mate
- 9. ¿En las ferias realizadas por la municipalidad provincial de Trujillo ¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos? ¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?
 - En diciembre, las primeras semanas en el taller MANOS MOCHERAS se va apertura
- 10. ¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional? ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participó, y el lugar donde se exhibió la feria?
 - Antes participaban en las ferias, es penoso decirle, pero no asisto a las ferias de Trujillo, porque las ferias están llenas de bisutería abarrotada cosas que no tiene que ver con la entidad, que yo si sigo promoviendo en mi taller y con lo que vendo.

- Pero si voy ferias nacionales e internaciones
11. ¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?
- Por ahora no, nosotros mismos vamos
12. ¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?
- Estamos tercerizando hay gente que me compra y lo lleva, pero gracias a la capacitación digitalización ahora nosotros mismo lo vamos hacer ya que tenemos pedido a diferentes países
13. ¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?
- Facebook, Instagram, calculo que en 10 días salga la nueva cara manos Mocheras
14. ¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?
- Si tenemos una página, pero ahora no la utilizamos
15. ¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?
- Todavía vamos hacerlo en estos meses, a pagar los anuncios en el Facebook ya que estamos siendo capacitados a esos segmentos
16. ¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales?, como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel Draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.
- Hemos recibido capacitaciones en la región, las fotografías han mejorado
17. ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19?
- Todos los protocolos como sabemos alcohol, lavado de manos eso se está haciendo en mi taller
18. ¿Cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? ¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del COVID-19?
- Claro, miembros del equipo se hacen la prueba COVID, así vallan sido vacunado se realizan cada dos meses la prueba.

19. ¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia? ¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?

- Bueno, cuando no se podía salir se realizaba en casa para eso llevamos nuestras maquinarias y ahí mismo se realizaba el delivery.
- Para reapertura hemos tenido un plan de trabajo, mejorar la infraestructura en el ambiente de exhibición, en una parte de ella se planifico los murales referentes a moche.

20. ¿Cómo han realizado la toma de decisiones en su organización?

- Nuestro taller tenemos un organigrama, mi hijo es el gerente, en el área producción mi esposo, mis hijas y yo personal de área ventas, museos, huaca de sol y la luna

21. ¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?

- En la organización escuchado al señor Paco san Martín, viendo lugares para que nosotros podemos trabajar en la casa de Orbegoso, nos da idea de poner carritos para que no interrumpa con la zona y eventos en huanchaco.
- Tenemos actividades ya para el mes de octubre, en esta semana en moche tenemos el aniversario viene 15 países latinoamericano.

22. ¿De qué manera se han capacitado en su organización?

- Capacitaciones en el área producción, que nos está sirviendo para este tiempo

23. ¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?

- Nosotros hemos sido capacitados JUEVES DE DISEÑO ARTESANAL, con nuevas tendencias que le da Mincetur vía zoom y así sabemos los colores que son tendencia de estos tiempos esperemos que se venda de acuerdo a los estudios” las nuevas tendencias”, colores, lana, etc.
- Nosotros nos presentamos en un concurso Mincetur y ganamos, con eso estamos reactivando el local, arreglando, haciendo narrativos en los murales y eso nos ayuda mucho.
- Mincetur y Perú emprenden.

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DEL PARTICIPANTE N°3	
Nombre del entrevistado	Vilma Morey
Nombre de la asociación	Luis Felipe Morey Maestro Regional La Libertad. Arte & Artesanía Morey
Línea artesanal	Ecología original
Evidencia fotográfica	
<p>Ítems</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? (materiales, texturas) <ul style="list-style-type: none"> - Es tener materia prima de calidad y estar innovando constantemente 2. ¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños? (temática, tamaño, formas) <ul style="list-style-type: none"> - Fusión de materia prima, es el mate fusionado con telares, cueros, cabuya y yute 3. ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías? <ul style="list-style-type: none"> - Nosotros hacemos cambios constantemente de acuerdo de la tenencia de moda 4. ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos? <ul style="list-style-type: none"> - Nosotros no contamos con ningún tipo de asesoramiento, ni talleres, charlas para innovar, todos los trabajos lo hacemos por diseño propios 5. ¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaban sus productos? <ul style="list-style-type: none"> - siempre participábamos en feria nacionales que convoca MINCETUR nivel nacional y siempre hemos salido seleccionado representando siempre a la Libertad y por terceras hemos salidos con nuestro producto a ferias internacional como Milán y Roma (Feria Milano) 6. ¿Cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios) <ul style="list-style-type: none"> - Ventas directas cuando participamos en feria - venta indirecta compra nuestros productos fuera del país 7. ¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos? 	

- No, pero si vendíamos a nuestros productos a dos aeropuertos a nivel nacional, teníamos una tienda que trabaja con nosotros “café Altomayo” falleció el patriarca entregaron las tiendas y dejamos de abastecer
8. ¿Cuentan con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos?
- Por el momento tenemos taller, En casa taller exhibimos nuestros productos
9. ¿En las ferias realizadas por la municipalidad provincial de Trujillo ¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos? ¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?
- Las ferias que organiza la municipalidad de Trujillo que las hace en Pizarro en algunas oportunidades hemos participado, pero mayormente salimos a ferias que realiza MINCETUR de nuestras manos
10. ¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional? ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participó, y el lugar donde se exhibió la feria?
- Feria nuestras manos y lo realiza el parque Kennedy o Larcomar una convocatoria que se presenta 200 a 300 artesanos cada uno con distintas artesanías y técnicas, siempre que nos presentados la suerte de salir elegidos y hemos Presentado a la Libertad Arte y Artesanía Morey
11. ¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?
- En una oportunidad si hemos tenido intermediario pero el garante era Mincetur para la feria Milano y nuestros estuvieron en Milán y Roma
12. ¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?
- Referente a la exportación mis productos siempre e tenido la suerte de clientes nacionales, pero mayormente son internacionales y por intermedios de ellos me compra y venden en su país
13. ¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?
- Facebook e Instagram como Arte y Artesanía Morey
14. ¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?
- Hasta hace poco he tenido mi página web le cerrado poque voy a cambiare nuestras presentaciones y diseños
15. ¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?

- Si, hemos sido capacitados
16. ¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales?, como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel Draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.
- Para mis Fotografías nosotros hemos llevado unos cursos capacitación que nos dio MINCETUR mujeres resiliente Karen, el apoyo de mi nieto y nieta estudian en comunicaciones
17. ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19
- Nosotros referentes a la medida de seguridad para prevenir el COVID dentro del taller tenemos nuestros protectores, mascarillas y constantemente nos lavamos las manos usando alcohol también tenemos señalizaciones dentro del taller para protegernos
18. ¿Cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? ¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del COVID-19?
- Nosotros no tenemos ningún algún protocolo de bio seguridad por escritos, cuando participamos actualmente a feria utilizamos los protectores normales, mascarillas, alcohol
19. ¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia? ¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?
- nosotros ahorita, te comenté estamos organizando y produciendo para una feria que ministerio de cultura nos invitado Ruraq maki que se va realizar en lima del 8 al 21 de diciembre
 - Sí tenemos un plan de actividades como toda organización
20. ¿Cómo han realizado la toma de decisiones en su organización?
- En el tiempo de pandemia Comenzamos a confeccionar mascarilla de cuero y en los protectores también poníamos un adornito de cuero
21. ¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?
- El gobierno regional y la municipalidad de Trujillo está apoyando a todos los artesanos haciendo feria en el pasaje peatonal en Pizarro para todos los artesanos que quieran participar
22. ¿De qué manera se han capacitado en su organización?

- Todos los artesanos estamos inscrito en el RNA ministerio de MINCETUR que queda en el APIAT durante la pandemia MINCETUR comenzó a darnos capacitaciones para nosotros aprender usar las redes sociales, hemos sido capacitados por eso tenemos nuestro Facebook, Instagram y WhatsApp bussniesnos a servido mucho para poder captar clientes

23. ¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?

- Los trabajos que nosotros realizamos son una nueva tendencia, ya que nosotros con nuestros productos nos depredamos trabajos originales y ecológicos

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DEL PARTICIPANTE N°4

Nombre del entrevistado	Nelson Mendoza Chávez
Nombre de la asociación	Arte Milenaria Muchic
Línea artesanal	Tallados en madera y fibras vegetales trenzables

Evidencia fotográfica



Ítems

1. ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? (materiales, texturas)
 - Es la creatividad, es decir matizar los diversos materiales que son de la zona y hacerlos atractivos a los turistas, poniéndoles iconografías mochicas, chimús y/o utilitarias también en los productos.
2. ¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños? (temática, tamaño, formas)
 - Se requiere de bastante conocimiento en estilos, lugares para hacer nuevos modelos que hagan más atractivo el trabajo artesanal, así mismo que sea más utilitario y practico en tamaño y peso para el uso cotidiano.
3. ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías?

- Mensual.
4. ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos?
- Bueno la mayoría de las charlas casi la totalidad son de índole de gestión, de administración básica, pero en realidad capacitaciones a nivel técnico, no hay de mejor uso de materiales, ni de uso e innovación de herramientas. Bueno eso los mismos artesanos creo que nos vamos a tener que encargar para mejorar el uso de técnicas y de las herramientas tecnológicas.
5. ¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaban sus productos?
- Siempre han sido en ferias y además en las redes sociales. Aunque yo más me hecho conocido por estar dentro de la cámara de turismo, llevando a mi asociación a exhibir en los principales lugares donde habido siempre ferias nacionales como internacionales en turismo.
6. ¿Cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios)
- Esencialmente buscamos Ferias y parador turístico para vender.
¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos?
 - No, antes de la pandemia teníamos una tienda entre varios artesanos, pero esa tienda se cerró a raíz de la pandemia.
 - ¿Cuentan con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos?
 - No, sólo por momento tenemos fijo un puesto en el las galerías de artesanía del complejo arqueológico de las huacas del Sol y la Luna en la campiña de Moche.
¿En las ferias realizadas por la municipalidad provincial de Trujillo ¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos? ¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?
 - Bueno no he participado tanto en Las ferias que organiza la municipalidad de Trujillo, sí no de parte del Gobierno regional como la casa de la Identidad y Huanchaco.
7. ¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional? ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participó, y el lugar donde se exhibió la feria?
- Si en algunas veces en Lima que organizaba la Municipalidad provincial de Trujillo, pero ya hace unos 8 años.

8. ¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?
- No, siempre hago directamente porque perdemos valor agregado.
9. ¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?
- Ahora No, tenía si clientes anteriormente de Italia y España, pero por la pandemia perdí un cargamento sin exportar en madera tallada, por el cual tuve que venderlo a otros clientes en Lima.
 - ¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?
 - Si bueno tengo una web, un blog, Facebook e Instagram, pero en realidad no tienen un mayor impacto como la venta directa con los clientes.
10. ¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?
- Si hemos tenido, pero por ahora no estamos usándola ya que esta por reactivarla.
11. ¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?
- No hemos utilizado porque los programas de edición son más comerciales y no artístico.
12. ¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales?, como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel Draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.
- Si hemos tenido capacitaciones de Artesanías del Perú realizado por Gercetur (Gerencia de comercio exterior de turismo), pero un curso básico nada más.
13. ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19?
- En un comienzo tuvimos que ser muy rigurosos, porque hemos tenido que usar el protector facial con doble mascarilla, cumpliendo con todo el protocolo, como actualmente con el lavado de mano constantemente nosotros y el alcohol.
14. ¿Cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? ¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del COVID-19?
- Si, como tomar una prueba COVID mensual para descartar el contagio del virus.

15. ¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia? ¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?

- Nosotros buscamos siempre los lugares donde las personas tienen mayor poder adquisitivo y dentro de eso está la cámara de Turismo, entonces canalizamos por ahí, vendiendo en los paraderos turísticos como en Chan Chan y en las Huacas del complejo para vender físicamente los productos más que virtualmente, ya que no tenemos los mismos resultados en las ventas.

16. ¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?

- Hay muchos que han dejado de hacer artesanías, pero si tienen sus habilidades y han dejado de hacer, ya que se han individualizado otros.

17. ¿De qué manera se han capacitado en su organización?

- Nosotros procuramos los paseos en grupos para intercambiar iconografías de otros trabajos en cuanto a diseños nuevos.

18. ¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?

- Las nuevas tendencias las creamos nosotros con nuevos artículos, como productos innovadores, entre ellos de mesoterapia, incorporando diferentes productos para el cliente. los souvenirs son nuestro principal producto artesanal para promover el turismo en Trujillo a nivel nacional e internacional.

**TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA DEL PARTICIPANTE
N°5**

Nombre del entrevistado	Violeta Vilchez
Nombre de la asociación	Señoras Moche
Línea artesanal	Textil

Evidencia fotográfica




Ítems

1. ¿Cuáles son las características más importantes que toma para mejorar la calidad de sus artesanías? (materiales, texturas)
 - Digamos texturas, materiales: las telas y los hilos que usamos.
2. ¿Cuál es el factor más importante para poder realizar sus diseños? (temática, tamaño, formas)
 - Nosotros lo que hacemos son moldes y modelos para darle un acabado, ahora estamos usando la iconografía moche
3. ¿Con que frecuencia usted realiza cambios en sus artesanías?
 - Bueno cada cierto tiempo, mensual
4. ¿Cuentan con asesorías, talleres o charlas sobre nuevas técnicas o materiales que le favorezcan en la innovación de sus productos?
 - Si, el gobierno regional nos ha dado charla y capacitaciones
5. ¿Antes de la pandemia de qué manera comercializaban sus productos?
 - Nosotros siempre hemos hecho ferias locales, provinciales.

- Varias oportunidades viajamos a lima
6. ¿Cuáles eran sus canales de distribución? (venta directa, mayoristas, intermediarios)
- Nosotros no hemos realizado ventas directas
7. ¿Cuenta con convenios aliadas a tiendas comerciales en la ciudad de Trujillo para poder comercializar sus productos?
- No, algunos artesanos los hacen
8. ¿Cuentan con local propio para poder exhibir sus artesanías? En caso contara ¿En qué lugar se encuentra y cuánto tiempo tiene mostrando sus productos?
- No tenemos local propio, digamos mi grupo lo hacemos en casa.
9. ¿En las ferias realizadas por la municipalidad provincial de Trujillo ¿Tuvo la oportunidad de poder mostrar sus artesanías en este tipo de eventos? ¿Recuerda el nombre de las ferias a las que asistió?
- Si, el día del artesano y el gobierno regional en la casa de la entidad
10. ¿Ha participado de alguna feria a nivel nacional? ¿Podría mencionar el nombre y en qué tiempo participó, y el lugar donde se exhibió la feria?
- Si, en Lima parte del patrimonio de la huaca.
11. ¿Cuenta con algún intermediario para poder comercializar sus productos en los eventos nacionales o internacionales?
- No contamos.
12. ¿Cómo han venido trabajando en la exportación de sus productos?
- Digamos en casa de nosotros no, la casa de otros artesanos si
13. ¿Cómo utiliza las herramientas digitales para poder promocionar y comercializar sus productos; ¿cómo redes sociales, páginas web, entre otros?
- Nosotros en realidad no hemos hecho, desde que llego la pandemia quedamos ahí y recién estamos reactivando
14. ¿Cuenta con alguna página web donde muestre todas sus artesanías?
- No
15. ¿Utilizaba programas de ediciones para mejorar la calidad de las fotografías en la promoción y comercialización de sus artesanías?
- No

16. ¿Cómo se han capacitado sobre el uso herramientas digitales?, como, por ejemplo; Photoshop, Gimp, Corel Draw entre otros para poder mejorar las fotografías de sus productos.
- Hemos percibido la participación en lima de manera virtual.
17. ¿Cuáles son las medidas que están utilizando para poder prevenir el COVID-19
- Bueno con protocolos que se ha dado en charlas de la municipal.
18. ¿Cuentan con algún protocolo de bio seguridad para poder asistir a su centro de labores? ¿Qué medidas individuales se ha tomado para asistir al centro de labores? ¿Cada cuánto tiempo se realizan la prueba del COVID-19?
- Digamos estamos vacunados y ahora se puede salir a participar
19. ¿De qué manera se ha realizado la planificación de sus actividades durante el periodo de pandemia? ¿Cuentan con algún plan de trabajo para mejorar sus actividades?
- En nuestras casas realizamos los trabajos, no salimos
 - los materiales que teníamos eso fue utilizado.
20. ¿Cómo han realizado la toma de decisiones en su organización?
- Anteriormente Minka nos capacitado y nos dieron materiales.
21. ¿Cómo se ha considerado la participación de todos los artesanos?
- Bueno con esto de la pandemia cada uno en sus casas, para hacer proyectos
22. ¿De qué manera se han capacitado en su organización?
- Por la información enviada charlas y capacitación virtual
23. ¿Cómo han integrado las nuevas tendencias en la artesanía y actividades para promover el turismo?
- Sello travel de turismo de las iconografías moche


Anexo 8: Fichas de Observación

Ficha de observación 1. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Aretes
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/.20.00 nuevos soles
	Descripción:
Origen	Evocando los partes de huanchaco
Materiales	Tela reciclada y finos abalorio de uranio hecho 100% mano de hilo de algodón
Técnicas	Técnica ancestral de broche tramado y tejido de broche.
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con el logo de Carolina Bueno

Ficha de observación 2. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Pulsera de cuarzo ágatas
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía chimú
	Precio S/20.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Las piedras vienen de Huancayo, vendidas en Huanchaco
Materiales	Piedras, nudo de algodón, broche de plata
Técnicas	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche.
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 3. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Collar piedras de nácar
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía CHIMU
	Precio S/35.00 nuevos soles
	Descripción:
Origen	Evocando los partes que tenemos en huanchaco
Materiales	Finos hilos de pieza de nailon tejidas, broche de bronce
Técnicas	Tejido ancestral a broche
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Blanco
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 4. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Collar colección marina
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/35.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Huanchaco
Materiales	Caracoles reciclados de la playa
Técnicas	Técnica ancestral nudo a nudo
Temática	Mundo marino chimú
Tamaño	Estándar
Color	Blanco
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo


Ficha de observación 5. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Colección marina
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía CHIMU
	Precio S/ 50.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Spondylus, piedras, cuarzo, piedra sodalita y algodón nativo, y conchas naturales del mar
Técnicas	Técnica ancestral, tejido macramé evocando los nudos de los quipus la ostra son conchas naturales
Temática	Mundo marino Chimu
Tamaño	Estándar
Color	Azules, verdes, rojos, beige
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 6. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Aretes madre perlas del rio
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía CHIMU
	Precio S/ 20.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Aretes de acero dorado, perlas del rio
Técnicas	Técnica ancestral broche tramado y tejido de macramé
Temática	Mundo marino chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 7. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Pulseras
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/15.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	cuarzo
Técnicas	Técnica ancestral broche tramado y tejido a broche.
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 8. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Aretes de chaquiras
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/15.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Chaquiras, canutillos, hilo nylon, Aguja y argolla de acero
Técnicas	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche.
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo


Ficha de observación 9. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Pulsera
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/15.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Pulsera tejida tipo Macramé de cuentas de cuarzo celeste, cuarzo humo y Separadores de Plata
Técnicas	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche.
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 10. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Pulsera caballito de totora
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S./ 20.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Huanchaco
Materiales	Piedra de cuarzo, broche de plata
Técnicas	Técnica ancestral
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo


Ficha de observación 11. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Pulsera arcoíris
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/ 25.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Huanchaco
Materiales	Piedras ámbar, broche de bronce
Técnicas	Cada cuenta viene anudada una a una, y broche en forma de roscas
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo, azul
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo

Ficha de observación 12. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Collares de pilares de cristal
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Chimú
	Precio S/15.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Piedra natural, cristal de cuarzo chacra
Técnicas	Técnica ancestral broche tramado y tejido de broche.
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo


Ficha de observación 13. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Collar nácar
	Autor Carolina Gonzales Bueno
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía CHIMU
	Precio S/ 50.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Collar nácar de botones, reciclados y acompañados con tanza resistentes de acero
Técnicas	Técnica ancestral
Temática	Mundo marino Chimú
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa de tocuyo con etiqueta de logo


Ficha de observación 14. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Morrall de cuero con aplicación de telar
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2021
	Temática Iconografía Moche
	Precio s./150 .00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Cuero Napa
Técnicas	Calado
Temática	Iconografía Chimú
Tamaño	Altura: 27 cm Ancho: 22 cm
Color	Rojo teja, azul, amarillo, naranja y pirulos ancestrales
Presentación	- Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 15. Artesanías de Minka


Imagen	Nombre de la artesanía
	Fajín posavaso
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Moche
	Precio s./ 27.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Cultura Moche
Materiales	Cuero Pintura Vaso de Cristal
Técnicas	calado
Temática	Cultura Moche
Tamaño	7 cm de alto x 7 cm de ancho
Color	Ocre Rojo teja Turquesa Marrón Amarillo
Presentación	Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 16 Artesanías de Minka

<p align="center">Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía</p> <p>Porta botella</p> <p>Autor</p> <p>Doris Asmat</p> <p>Año de realización</p> <p>2021</p> <p>Temática</p> <p>Iconografía Moche</p> <p>Precio</p> <p>S./ 70.00 nuevos soles</p>
<p align="center">Descripción:</p>	
<p align="center">Origen</p>	<p align="center">Cultura Moche</p>
<p align="center">Materiales</p>	<p align="center">Cuero</p>
<p align="center">Técnicas</p>	<p align="center">Pirograbado y sellado</p>
<p align="center">Temática</p>	<p align="center">Cultura Moche</p>
<p align="center">Tamaño</p>	<p align="center">7 cm de alto x 7 cm de ancho</p>
<p align="center">Color</p>	<p align="center">Ocre Rojo teja Marrón Negro</p>
<p align="center">Presentación</p>	<p align="center">- Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras</p>

Ficha de observación 17. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Collarín con aplicación de telar en algodón
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2020
	Temática Varios
	Precio s./ 80.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Iconografía Moche
Materiales	Cuero, algodón nativo
Técnicas	Telar de cintura
Temática	Personalizado
Tamaño	
Color	Colorido
Presentación	Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 18. Artesanías de Minka


Imagen	<p>Nombre de la artesanía</p> <p>Cuadro Mellizos marinos</p> <p>Autor</p> <p>Doris Asmat</p> <p>Año de realización</p> <p>2021</p> <p>Temática</p> <p>Iconografía Moche</p> <p>Precio</p> <p>s./ 25.00 nuevos soles</p>
	
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Cuero
Técnicas	Repujado
Temática	Guerreros de iconografía Moche
Tamaño	
Color	Ocre Rojo teja Turquesa Marrón Amarillo
Presentación	- Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 19. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Bolso Yani
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Moche
	Precio s./ 280.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Cuero
Técnicas	Calado con aplicación de telar
Temática	Cultura Moche
Tamaño	
Color	Marrón Moro
Presentación	- Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 20. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Tarjetera
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2021
	Temática Iconografía Moche
	Precio s./ 80 .00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	
Técnicas	Calado con aplicación de telar nativo
Temática	Cultura Moche
Tamaño	
Color	Ocre
Presentación	<ul style="list-style-type: none"> - Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 21. Artesanías de Minka

Imagen		Nombre de la artesanía Forro para escrituras
		Autor Doris Asmat
		Año de realización 2021
		Temática Religiosas
		Precio s./ 120.00 nuevos soles
Descripción:		
Origen		Moche
Materiales		Cuero
Técnicas		Pirograbado
Temática		Religiosa
Tamaño		
Color		Miel y marrón
Presentación		Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras


Ficha de observación 22. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Morral
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2020
	Temática Iconografía Moche
	Precio s./ 120.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Cuero
Técnicas	Pirograbado
Temática	Cultura Moche
Tamaño	
Color	Miel, marrón y negro
Presentación	Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 23. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Llavero
	Autor Doris Asmat
	Año de realización 2020
	Temática Moche
	Precio s./ 4.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Cultura Moche
Materiales	Suela vira
Técnicas	Repujado
Temática	Moche
Tamaño	
Color	Ocre Rojo teja Turquesa Marrón Amarillo Negro
Presentación	Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras

Ficha de observación 24. Artesanías de Minka

Imagen	<p>Nombre de la artesanía Monedero</p> <p>Autor Doris Asmat</p> <p>Año de realización 2021</p> <p>Temática Moche</p> <p>Precio s./ 15.00 nuevos soles</p>
	
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Cuero
Técnicas	Repujado
Temática	Cultura Moche
Tamaño	
Color	<p>Ocre Rojo teja Turquesa Marrón Amarillo Negro</p>
Presentación	Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras


Ficha de observación 25. Artesanías de Minka

<p align="center">Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía Sobre de mano con aplicación de telar nativo</p>
	<p>Autor Doris Asmat</p>
	<p>Año de realización 2021</p>
	<p>Temática Moche</p>
	<p>Precio s./ 55.00 nuevos soles</p>
Descripción:	
<p align="center">Origen</p>	<p align="center">Moche</p>
<p align="center">Materiales</p>	<p align="center">Cuero</p>
<p align="center">Técnicas</p>	<p align="center">Calado</p>
<p align="center">Temática</p>	<p align="center">Cultura Moche</p>
<p align="center">Tamaño</p>	
<p align="center">Color</p>	<p align="center">Marrón Amarillo Morado Negro</p>
<p align="center">Presentación</p>	<p>Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras</p>

Ficha de observación 26. Artesanías de Minka

<p align="center">Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía Billetera</p> <p>Autor Doris Asmat</p> <p>Año de realización 2021</p> <p>Temática Moche</p> <p>Precio s./ 55.00 nuevos soles</p>
<p align="center">Descripción:</p>	
<p align="center">Origen</p>	<p align="center">Moche</p>
<p align="center">Materiales</p>	<p align="center">Cuero</p>
<p align="center">Técnicas</p>	<p align="center">Repujado</p>
<p align="center">Temática</p>	<p align="center">Cultura Moche</p>
<p align="center">Tamaño</p>	
<p align="center">Color</p>	<p align="center">Ocre Rojo teja Turquesa Marrón</p>
<p align="center">Presentación</p>	<p>- Bolsa de papel con etiqueta de logo de Manos Mocheras</p>

Ficha de observación 27. Artesanías de Minka

<p align="center">Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía</p> <p>Cartera</p>
	<p>Autor</p> <p>Arte & Artesanía Morey</p>
	<p>Año de realización</p> <p>2021</p>
	<p>Temática</p> <p>Ecológica</p>
	<p>Precio</p> <p>S/80</p>
	<p align="center">Descripción:</p>
<p>Origen</p>	<p align="center">En huanchaco</p>
<p>Materiales</p>	<p>Modelo de cartera: nido de paucar. Base: checo fusionado con telares de colores y cuero marrón con tira de cuero color marrón.</p>
<p>Técnicas</p>	<p align="center">Todo el producto es cosido a mano.</p>
<p>Temática</p>	<p align="center">Iconografía andina</p>
<p>Tamaño</p>	<p align="center">Estándar</p>
<p>Color</p>	<p align="center">Marrón y telares de diversos colores</p>
<p>Presentación</p>	<p align="center">Bolsa y logo de Arte & Artesanía Morey</p>

Ficha de observación 28. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía
	Cartera de un fruto Ancestral
	Autor
	Vilma
	Año de realización
	2021
Temática	
Ecológica	
Precio	
S/80.00 nuevos soles	
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Cartera de un fruto ancestral, checo o mate, fusionado con cuero hebilla de cuerno
Técnicas	Técnica ancestral
Temática	Ecológica
Tamaño	Estándar
Color	Tierra, ocre, mediterráneo
Presentación	Bolsa y logo de Arte & Artesanía Morey


Ficha de observación 29. Artesanías de Minka

	Nombre de la artesanía	Cartera
	Autor	Vilma
	Año de realización	2021
	Temática	Ecología
	Precio	S/120.00 nuevos soles
	Descripción:	
Origen	En huanchaco	
Materiales	Modelo de cartera: nido de paucar. Base: checo fusionado con telares de colores y cuero color galleta con tira de cuero color galleta	
Técnicas	Todo el producto es cosido a mano.	
Temática	Ecológica	
Tamaño	Estándar	
Color	Marrón y telares de colores	
Presentación	Bolsa y logo de Arte y Artesanía Morey	


Ficha de observación 30. Artesanías de Minka	
<p>Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía</p> <p>Modelo de cartera: manguaré.</p>
	<p>Autor</p> <p>Arte & Artesanía Morey</p>
	<p>Año de realización</p> <p>2021</p>
	<p>Temática</p> <p>Ecológicas</p>
	<p>Precio</p> <p>S/80</p>
	<p>Descripción:</p>
<p>Origen</p>	<p>En huanchaco</p>
<p>Materiales</p>	<p>Posición del checo: a los costados. Cuero: res curtido con cerdas color: Beige), Tiras: cuero color galleta.</p>
<p>Técnicas</p>	<p>Todo el producto es cosido a mano.</p>
<p>Temática</p>	<p>Ecológica</p>
<p>Tamaño</p>	<p>Estándar</p>
<p>Color</p>	<p>Galleta y beige</p>
<p>Presentación</p>	<p>Bolsa y logo de Arte y Artesanía Morey</p>

Ficha de observación 31. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Modelo de cartera: manguaré.
	Autor Arte & Artesanía Morey
	Año de realización 2021
	Temática Ecológica
	Precio S/80.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Posición del checo: a los costados con parches de cuero color negro y blanco con tira cuero color negro
Técnicas	Todo el producto es cosido a mano.
Temática	Ecológica
Tamaño	Estándar
Color	Negro y blanco
Presentación	Bolsa y logo de Arte & Artesanía Morey

Ficha de observación 32. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Modelo de cartera: manguaré.
	Autor Arte & Artesanía Morey
	Año de realización 2021
	Temática Ecológica
	Precio S/ 90.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	En huanchaco
Materiales	Posición del checo: a los costados con cuero marrón. Telar: hecho a cintura en el centro. Accesorio: flor amarilla con fucsia de cuero gamuza. Tiras: cuero color marrón.
Técnicas	Todo el producto es cosido a mano.
Temática	Ecológica
Tamaño	Estándar
Color	Negro y blanco
Presentación	Bolsa y logo de Arte & Artesanía Morey


Ficha de observación 33. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Cuchara de palo
	Autor Nelson Chávez
	Año de realización 2021
	Temática Iconografía chimú
	Precio s./ 10.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Madera capirona
Técnicas	Recorte Perfilado Socavado Tallado Lijado y lacado
Temática	Representación de caballitos de totora
Tamaño	40 cm de largo x 7 cm de ancho
Color	Miel
Presentación	No tiene

Ficha de observación 34. Artesanías de Minka

<p align="center">Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía Adorno</p>
	<p>Autor Nelson Chávez</p>
	<p>Año de realización 2021</p>
	<p>Temática Costumbres</p>
	<p>Precio s./ 150.00 nuevos soles</p>
Descripción:	
<p>Origen</p>	Moche
<p>Materiales</p>	Caoba
<p>Técnicas</p>	Recorte Perfilado Socavado Tallado Lijado
<p>Temática</p>	Bailarín típico de la fiesta de san isidro
<p>Tamaño</p>	26 cm de alto x 6 cm de ancho
<p>Color</p>	Beige claro Blancos
<p>Presentación</p>	No tiene

Ficha de observación 35. Artesanías de Minka

<p align="center">Imagen</p> 	<p>Nombre de la artesanía Cenicero manta raya</p> <p>Autor Nelson Chávez</p> <p>Año de realización 2021</p> <p>Temática Iconografía marina</p> <p>Precio s./ 30 .00 nuevos soles</p>
<p align="center">Descripción:</p>	
<p align="center">Origen</p>	<p align="center">Moche</p>
<p align="center">Materiales</p>	<p align="center">Cedro</p>
<p align="center">Técnicas</p>	<p>Recorte Perfilado Socavado Tallado Lijado Lacado</p>
<p align="center">Temática</p>	<p align="center">Mundo marino chimú</p>
<p align="center">Tamaño</p>	<p align="center">14 cm de ancho x 20 cm de largo</p>
<p align="center">Color</p>	<p align="center">Verde marino y dorado</p>
<p align="center">Presentación</p>	<p align="center">No tiene</p>

Ficha de observación 36. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Portallaves
	Autor Nelson Chávez
	Año de realización 2021
	Temática Iconografía Moche
	Precio s./ 50.00 nuevos soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Cedro Totorá Bronce
Técnicas	Recorte Perfilado Socavado Tallado Lijado y lacado
Temática	Cultura Moche
Tamaño	60 cm de largo x 20 cm de ancho
Color	Miel
Presentación	No tiene

Ficha de observación 37. Artesanías de Minka

	Nombre de la artesanía
	Porta lapicero
	Autor
	Nelson Chávez
	Año de realización
2021	
Temática	
Iconografía Marina Moche	
Precio	
s./ 30.00 nuevos soles	


Descripción:

Origen	Moche
Materiales	Cedro Esmalte sintético
Técnicas	Recorte Perfilado Socavado Tallado Lijado
Temática	Iconografía de ola Marina
Tamaño	9cm de alto x 10 cm de ancho
Color	Miel Agua marina Rojo Negro
Presentación	No tiene

Ficha de observación 38. Artesanías de Minka	
Imagen 	Nombre de la artesanía Monedero
	Autor Violeta Vilches
	Año de realización 2020
	Temática Moche
	Precio 15.00 soles
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Hilo sintético
Técnicas	Palillo
Temática	Moche
Tamaño	12x10 cm
Color	Crema y marrón
Presentación	Bolsa de papel y etiqueta Sra. moche.

Ficha de observación 39. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Colección de cartera más neceser
	Autor Violeta Vilches
	Año de realización 2020
	Temática Moche
	Precio 80 nuevos soles
	Descripción:
Origen	Moche
Materiales	Hilo de algodón, lino español, broche de acero y argollas
Técnicas	Bordado
Temática	Moche
Tamaño	38x35 cm 22x20 cm
Color	Verde
Presentación	Bolsa de papel y etiqueta Sra. moche

Ficha de observación 40. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía
	Morral
	Autor
	Violeta Vilches
	Año de realización
	2020
Temática	Moche
Precio	50
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Yute y sojilla
Técnicas	Bordado en punta cruz
Temática	Iconografías moche
Tamaño	25x20 cm
Color	Naranja marrón y crema.
Presentación	Bolsa de papel y etiqueta Sra. moche

Ficha de observación 41. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Moral
	Autor Violeta Vilches
	Año de realización 2020
	Temática Moche
	Precio 70
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Lino, algodón argolla de broche y acero
Técnicas	Bordado
Temática	Iconografía Moche
Tamaño	38x35 cm
Color	Beige, verde jade
Presentación	Bolsa de papel más etiqueta Sra. moche

Ficha de observación 42. Artesanías de Minka	
	Nombre de la artesanía Bolsa
	Autor Violeta Vilches
	Año de realización 2020
	Temática Moche
	Precio 50
Descripción:	
Origen	Moche
Materiales	Hilo sintético, cuero y argolla
Técnicas	Broche medio punto
Temática	Iconografías moche
Tamaño	Estándar
Color	Azul, verde, amarillo, fucsia
Presentación	Bolsa de papel y etiqueta de Sra. moche



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MOGOLLON GARCIA FRANCISCO SEGUNDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Estrategias de Reinención de los Artesanos de MINKA para Promover el Turismo en Tiempos de Crisis, Trujillo 2020-2021", cuyos autores son SOLIS BUSTAMANTE KARINA ELIZABETH, RAMIREZ BORJAS PERLA JIMENA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 14 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MOGOLLON GARCIA FRANCISCO SEGUNDO DNI: 42228259 ORCID 0000-0003-0188-0049	Firmado digitalmente por: FMOGOLLONG el 21-01- 2022 10:45:02

Código documento Trilce: TRI - 0223063