



CARRERA PROFESIONAL DE ARTES VISUALES

**“DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA ARTÍSTICA INMERSIVA
PARA ARTLAB BASADA EN EL IMPACTO DEL
DESARROLLO INTEGRAL DE LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS
EN LIMA METROPOLITANA”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE
BACHILLER EN ARTES VISUALES**

AUTOR:

VALENCIA FRANKE, ANDREA BEATRIZ

ASESOR:

ACEVEDO SÁNCHEZ, DIEGO ARMANDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA EMPRESARIAL

LIMA, PERÚ

2025



Tesina_Andrea Beatriz Valencia Franke

2%
Textos
sospechosos



< 1% Similitudes
0% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Tesina_Andrea Beatriz Valencia Franke.pdf
ID del documento: 1d5eb36764eb20ed3cebbe9f09f3623901a53df6
Tamaño del documento original: 1,93 MB

Depositante: DIEGO ARMANDO ACEVEDO SANCHEZ
Fecha de depósito: 21/5/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 21/5/2025

Número de palabras: 8569
Número de caracteres: 56.736

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	waldorfpedagogia.es Provocación reggio emilia - Pedagogía Waldorf <small>https://waldorfpedagogia.es/mortessoril/provocacion-reggio-emilia/</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
2	nanoskids.es Impulsando el Arte en la Educación Infantil Actualizado diciembre... <small>https://nanoskids.es/fomento-del-arte-en-la-educacion-temprana/</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
3	www.cmfchile.cl ¿Qué es el Capital Semilla? - CMF Educa - Comisión para el Mer... <small>https://www.cmfchile.cl/educacion/articulo/que-es-el-capital-semilla/</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Tesina_Sophie von Bischoffshausen Gallegos.pdf Tesina_Sophie von ... #992493 <small>El documento proviene de mi biblioteca de referencias</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (79 palabras)
2	Documento de otro usuario #206008 <small>El documento proviene de otro grupo</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
3	Documento de otro usuario #214467 <small>El documento proviene de otro grupo</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/545/1078>
- <https://larepublica.pe/sociedad/2024/06/18/prueba-pisa-ubica-a-peru-debajo-del-promedio-en-pensamiento>
- <https://educra.cl/aprendizaje-basado-en-problemas-el>
- <https://www.educativa.com/blog-articulos/gamificacion-el-aprendizaje>
- <https://smowl.net/es/blog/earning-by-doing/>

ÍNDICE

CAPÍTULO I – RESUMEN EJECUTIVO	3
CAPÍTULO II - INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO III - CONTENIDO	6
3.1 Análisis de tendencias	6
3.2 Benchmarking	8
3.3 Análisis FODA	10
3.4 Recolección de datos	10
3.5 Análisis de información obtenida	13
3.5.1 Identificación de los insights principales	13
3.5.2 Definición de arquetipos	15
3.5.3 Construcción de Journey Map por arquetipos	16
3.5.4 Diseño de experiencia ideal	16
3.6 Producción artista	17
3.6.1 Lean Canvas	17
3.6.2 Value Proposition Canvas	17
3.6.3 Construcción de prototipo de solución	17
3.7 Validación e iteración de la solución	19
3.7.1 Definición demográfica y psicográfica de la muestra a intervenir	19
3.7.2 Definición de las características del prototipo que serán validadas	19
3.7.3 Cuantificación de resultados y validación	21
3.7.4 Iteración de la solución	21
3.8 Comunicación y difusión de resultados	22
3.9 Postulación a fondos de capital semilla	23
BIBLIOGRAFÍA	25

CAPÍTULO I

RESUMEN EJECUTIVO

El arte es el canal de comunicación y expresión de todas las culturas y siempre ha sido un pilar clave en el desarrollo de las sociedades a lo largo de la historia. Actualmente, es considerado esencial para estimular la creatividad, el pensamiento crítico y la motricidad fina. Estas habilidades son fundamentales en la formación integral y completa de los niños. En el Perú, el 85.4% de la población considera que no se valora el arte, y esto podría ocasionar que las generaciones futuras pierdan oportunidades cruciales al no desarrollar adecuadamente estas habilidades esenciales para el desarrollo personal y profesional.¹

En Lima, el 82.5% de los entrevistados en una investigación propia afirmó no encontrar lugares dedicados a la enseñanza artística para niños. De aquellos que sí encontraron algunos espacios, solo el 41.2% señala que están cerca de su hogar. A pesar de esta limitada oferta, el 53.8% de los encuestados ya ha matriculado a sus hijos en talleres de arte, lo que indica que, a pesar de no tener una escena artística grande y conocida, existe un gran interés por parte de los padres en que sus hijos participen en actividades artísticas.²

La falta de programas educativos atractivos, la escasez de espacios públicos que promuevan el arte y una percepción social que da prioridad a otras áreas del desarrollo infantil, limitan el acceso de los niños al aprendizaje artístico. En este contexto, ArtLab surge como una respuesta innovadora a esta problemática, con el objetivo de cerrar esta brecha y transformar la manera en que los niños se conectan con el arte. Al abordar estas carencias, el proyecto no solo busca promover una educación artística accesible, sino también busca contribuir a una sociedad que valore y fomente la creatividad desde una edad temprana. Esto tendrá un impacto positivo tanto en el desarrollo individual de los niños como en la evolución cultural del país.

En un contexto en donde la educación está en constante cambio y en donde hay una tendencia a explorar diferentes métodos de enseñanza y aprendizaje, esta investigación busca fortalecer la propuesta educativa de ArtLab, al crear una metodología propia para fomentar la creatividad y el desarrollo integral de los niños a través del arte. El objetivo general es poder identificar las metodologías innovadoras existentes para formar la metodología propia de ArtLab, optimizar sus procesos internos y enriquecer la experiencia de aprendizaje de sus participantes. De esta forma, se busca garantizar un impacto significativo y duradero en el desarrollo artístico, cognitivo y social de los niños.

Para lograrlo, se cuenta con tres hipótesis representadas en acciones específicas. Primero, se diseñará una metodología propia basada en metodologías existentes e innovadoras que permitan mejorar el nivel educativo. Segundo, se identificará las plataformas digitales clave y desarrollarán estrategias efectivas para integrarse exitosamente en ellas sin comprometer la calidad del servicio. Por último, se diseñará una experiencia integral que combine redes sociales, página web y servicios para mejorar la conexión con los usuarios.

¹ Encuesta de elaboración propia, realizada entre el 19 de noviembre y el 4 de diciembre.

² Encuesta de elaboración propia, realizada entre el 19 de noviembre y el 4 de diciembre.

El proyecto ArtLab se llevará a cabo en la ciudad de Lima, Perú, con un primer enfoque principal en los sectores socioeconómicos A y B. Estos sectores, que incluyen a familias con un alto poder adquisitivo y con acceso a recursos, presentan una oportunidad para la implementación de programas educativos de calidad que promuevan la creatividad y el desarrollo integral a través del arte. La idea a largo plazo es que ArtLab no solo tenga la oportunidad de trabajar con los niveles socioeconómicos altos, sino que también pueda generar un impacto en los diferentes sectores de la ciudad de Lima, con proyectos sociales que permitan contribuir a fomentar el arte y el crecimiento cultural del país.

Para el desarrollo del proyecto de investigación de ArtLab, se empleará un enfoque mixto, que combina métodos de investigación cuantitativa y cualitativa. Esto permitirá obtener una visión integral de las necesidades, expectativas y percepciones de los padres de familia, quienes son los principales clientes de ArtLab. Los servicios y productos que ofrece ArtLab están dirigidos a los niños y son los padres quienes eligen invertir en actividades educativas y recreativas. Conocer sus expectativas es crucial para diseñar o rediseñar una oferta que responda a sus necesidades. Las encuestas ayudan a identificar las áreas de mejora en los productos y servicios, mientras que las entrevistas permiten explorar a fondo las inquietudes de los padres con respecto a la educación artística de sus hijos. Al combinar los datos cuantitativos con las percepciones cualitativas, se obtiene una base sólida para la toma de decisiones estratégicas que maximicen el impacto del proyecto.

La educación artística desempeña un papel fundamental en el desarrollo integral de los niños y en el crecimiento cultural del país. A medida que la educación evoluciona con nuevas metodologías, es importante también trasladar estos enfoques innovadores a la enseñanza artística. ArtLab no solo busca fomentar el aprendizaje del arte en el país, sino que también busca transformar la manera en que los niños desarrollan su creatividad al brindarles herramientas innovadoras que les permitirán explorar, expresarse y crecer.

CAPÍTULO II INTRODUCCIÓN

En la sociedad limeña, el arte y la creatividad no siempre reciben la valoración que merecen, lo que influye en las prioridades de los padres al momento de decidir cómo estimular las habilidades de sus hijos. A pesar de que el 98% de padres considera que el arte es importante para el desarrollo integral de los niños³, actividades como el deporte suelen ser una prioridad, mientras que el aprendizaje artístico es dejado de lado. Por otra parte, Lima cuenta con muy pocos espacios públicos dedicados a fomentar la creatividad y el desarrollo artístico en los niños, y de los pocos museos disponibles, muchos no cuentan con programas artísticos atractivos y accesibles para ellos. Aunque en las últimas décadas se ha podido percibir un aumento del interés hacia el arte en la sociedad peruana, aún queda un camino largo por recorrer para asegurar que tenga un impacto en el desarrollo integral de las nuevas generaciones.

La educación artística en el Perú enfrenta varias barreras y carencias a pesar de la evidencia que se tiene sobre los beneficios para la formación integral del individuo. A pesar de que el MINEDU tiene un programa artístico y cultural con metas y objetivos claros, la realidad es que no se llegan a cumplir las metas anuales planteadas en el currículo nacional⁴. Esto se ve reflejado en la última prueba PISA, en donde Perú ocupa el puesto 48 de las 64 naciones evaluadas en pensamiento creativo y, junto a Brasil, el último puesto en Sudamérica⁵.

En el Perú hay una escasez de docentes especializados, es decir que los profesores que dictan un curso artístico en un colegio no cuentan con una especialidad en arte. En un estudio en el 2018, solo el 4.1% de profesores del curso de arte y cultura contaban con una especialidad artística. En muchos colegios es el mismo docente-tutor el que está a cargo de la formación de los niños en todas las áreas. Los conocimientos de un docente en este curso no solo deberían ser los conceptos básicos del arte, sino que debería conocer la mayor cantidad de herramientas contemporáneas, teoría e historia del arte con la finalidad de que el alumno pueda tener un aprendizaje completo y establecer vínculos con otras áreas y competencias⁶.

El proyecto ArtLab se desarrolla como respuesta a la necesidad de la sociedad de promover el arte desde una edad temprana. Con un enfoque integral que combina aprendizaje, entretenimiento y desarrollo integral, ArtLab busca generar soluciones con talleres artísticos accesibles, kits creativos y una red social educativa. Se espera que la implementación del proyecto incremente la accesibilidad a la educación artística, fomente una comunidad creativa más amplia y contribuya a que los niños y sus familias reconozcan el arte como una herramienta importante para el desarrollo integral.

³ Encuesta de elaboración propia, realizada entre el 19 de noviembre y el 4 de diciembre.

⁴ Lima Cucho, L. (2022, 30 de julio). Arte y cultura en el contexto social peruano. Revista Horizontes. <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/545/1078>

⁵ Tosso, V. (2024, 18 de julio). Prueba PISA ubica a Perú debajo del promedio en pensamiento creativo: ¿en qué puesto está? La República. <https://larepublica.pe/sociedad/2024/06/18/prueba-pisa-ubica-a-peru-debajo-del-promedio-en-pensamiento-creativo-en-que-puesto-esta-ocde-educacion-1753686>

⁶ Lima Cucho, L. (2022, 30 de julio). Arte y cultura en el contexto social peruano. Revista Horizontes. <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/545/1078>

CAPÍTULO III CONTENIDO

3.1 Análisis de tendencias

Las tendencias reflejan cambios o patrones de comportamiento que surgen y evolucionan dentro de un contexto específico. Estas pueden influir en decisiones, estilos de vida y estrategias, ya sea de forma temporal o a largo plazo. Para el análisis de ArtLab, exploraré diferentes tipos de tendencias, incluyendo las mega tendencias, tendencias del consumidor y cambios demográficos.

Dentro de las mega tendencias describiré cinco distintas metodologías disruptivas del aprendizaje. La primera es el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), una metodología centrada en el estudiante, en donde el aprendizaje se construye a partir de la resolución de problemas basados en la vida real. A diferencia del enfoque educativo tradicional, en el ABP primero se presenta un problema, luego se identifican las necesidades de aprendizaje, después se busca información relevante al tema y finalmente se analiza la mejor forma de resolver la situación planteada. Este método fomenta un aprendizaje integral con la adquisición de nuevos conocimientos, desarrollando al mismo tiempo habilidades que trabajan diversas funciones cognitivas, motoras, lingüísticas y de memoria. Su enfoque resalta la importancia de la experiencia en el proceso de aprendizaje, destacando que no solo basta recibir información, sino que el estudiante debe construir activamente su conocimiento.⁷

Una segunda metodología en tendencia es la Gamificación, que incorpora elementos de los juegos en el aprendizaje para mejorar la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades. Su enfoque lúdico ayuda a que los alumnos interioricen la información de manera más efectiva. Este método fomenta la motivación, el compromiso y el deseo de superación a través de diferentes mecanismos como puntos, recompensas y metas. No es necesario convertir el aprendizaje en un juego completo, sino el objetivo es aprovechar sus dinámicas para hacerlo más atractivo e interactivo.⁸

Una tercera metodología en tendencia es el Learning by Doing. Esta metodología de aprendizaje combina la adquisición de conocimientos con el desarrollo de habilidades y destrezas a través de la experiencia. Su objetivo es preparar a los alumnos para resolver problemas de la vida real. Esta metodología fomenta el aprendizaje a través de la acción, permitiendo que los estudiantes interioricen conceptos de manera más efectiva al experimentar, equivocarse y reflexionar sobre sus errores en un proceso de trabajo. A diferencia del aprendizaje basado en la memorización, el Learning By Doing fortalece la retención del conocimiento y su aplicación en diferentes contextos⁹.

La metodología Reggio Emilia es una filosofía educativa centrada en la educación infantil que promueve el aprendizaje a través de la exploración y la experimentación. Las "provocaciones" son estrategias utilizadas en esta metodología para estimular la

⁷ Educrea. (s.f.). Aprendizaje basado en problemas: El método ABP. <https://educrea.cl/aprendizaje-basado-en-problemas-el-metodo-abp/>

⁸ Educativa. (s.f.). Gamificación: El aprendizaje divertido. <https://www.educativa.com/blog-articulos/gamificacion-el-aprendizaje-divertido/>

⁹ SMOWL. (s.f.). Learning by doing: Qué es y cómo aplicarlo en la educación. <https://smowl.net/es/blog/learning-by-doing/>

curiosidad y el interés de los niños al invitarlos a investigar y descubrir por sí mismos. Estas provocaciones se pueden llevar a cabo de diversas formas con la presentación de materiales nuevos y atractivos, situaciones curiosas o preguntas abiertas que promuevan la reflexión y la conversación. El objetivo principal es crear un entorno de aprendizaje que motive a los niños a participar activamente en su proceso educativo, desarrollando su creatividad y pensamiento crítico.¹⁰

Como última metodología a describir, el Programa de la Escuela Primaria del IB promueve un enfoque de enseñanza y aprendizaje basado en la indagación, el desarrollo conceptual y la agencia del estudiante. A través de un currículo transdisciplinario, el programa busca fomentar la comprensión profunda, el pensamiento crítico y la autonomía en el aprendizaje. Los docentes actúan como guías, creando experiencias significativas que conectan el conocimiento con la vida real. Asimismo, el programa valora y promueve la agencia del estudiante, es decir que lo motiva a tomar decisiones sobre su propio aprendizaje y a desarrollar un sentido de responsabilidad y autonomía.¹¹

Las tendencias del consumidor es otro punto importante en una sociedad en donde no todas las disciplinas reciben el mismo nivel de relevancia. En la sociedad limeña, el deporte, y especialmente el fútbol, suele tener mayor importancia en comparación con otras disciplinas como las artes visuales, la música o la lectura. Si bien el deporte es fundamental para la salud y aporta múltiples beneficios a los niños, muchas veces estos no tienen la oportunidad de participar en distintos talleres extracurriculares que les permitan desarrollar diversas habilidades. Esta situación puede deberse a diversos factores, como las limitaciones económicas de los padres, quienes priorizan el deporte al no poder pagar más de un taller extracurricular. También influyen la falta de tiempo o las distancias, que pueden dificultar la inscripción y asistencia a otras actividades.

Por último, los cambios demográficos también son una tendencia que impacta en la sociedad y en las necesidades de la población. En los últimos años, se ha dado un cambio generacional tanto a nivel global como en Perú, sobre la importancia que se les da a las habilidades blandas como la creatividad, la comunicación, la resolución de problemas y la empatía. Como resultado, se ha generado un mayor interés hacia algunas disciplinas como las artes visuales y la música que anteriormente eran consideradas como hobbies y no como herramientas clave para el desarrollo integral. En el contexto limeño, el deporte sigue siendo una prioridad, sin embargo, cada vez hay más conciencia sobre la importancia de ofrecerle a los niños una educación completa integrando disciplinas que fomenten el pensamiento crítico y habilidades creativas.

¹⁰ Waldorf Pedagogía. (s.f.). Provocación Reggio Emilia. <https://waldorfpedagogia.es/montessori/provocacion-reggio-emilia/>

¹¹ International Baccalaureate (IB). (s.f.). Learning and teaching in the PYP. <https://www.ibo.org/es/programmes/primary-years-programme/curriculum/learning-and-teaching/>

3.2 Benchmarking

Análisis comparativo:

	ArtLab	MAC	MALI	Imaginando	Aloha Kids	Corriente Alternativa
Servicio	Talleres de arte. Eventos para cumpleaños. Eventos personalizados. Pintura, escultura, dibujo y exploración artística. Edad: 4-12 años	Talleres de arte. Eventos para cumpleaños. Pintura, escultura, dibujo, manga, exploración creativa, robótica y ciencia. Edad: 2-16 años.	Talleres de arte. Eventos artísticos. Pintura, escultura, dibujo, manga y exploración artística. Edad: 5-16 años.	Talleres de arte. Eventos artísticos. Pintura, escultura, dibujo y exploración artística. Edad: 5-16 años.	Talleres de arte. Eventos artísticos. Manualidades, pintura, dibujo y exploración artística. Edad: 3-14 años.	Talleres de arte. Pintura, escultura, manga, experimentos, dibujo y exploración artística. Edad: 4-17 años.
Accesibilidad	Local en 1 distrito. Precios: 260-410 soles. Incluye materiales.	Local en 1 distrito. Precio: 320 soles. Incluye materiales.	Locales en 16 distritos. Precio: 200 soles. No incluye materiales.	Local en 1 distrito. Precio: 400 soles. Incluye materiales.	Local en 1 distrito. Precio: 300 soles. No incluye materiales.	Local en 1 distrito. Precio: 350 soles. No incluye materiales.
Calidad educativa	Contenido educativo artístico. Equipo de profesores artista y educadores. Desde 2020. Emprendimiento	Contenido educativo artístico. Equipo de profesores artista y educadores. Desde 2013. Respaldo de instituciones educativas. Museo privado.	Contenido educativo artístico. Equipo de profesores artista y educadores para cada curso. Desde 2004. Respaldo de instituciones educativas. Museo privado.	Contenido educativo artístico. Equipo de profesores artista y educadores. Desde 2020. Emprendimiento.	Contenido educativo artístico. Equipo de profesores artista y educadores. Desde 2021. Emprendimiento	Contenido educativo artístico. Equipo de profesores artista y educadores. Desde 1992. Escuela
Comunidad	Instagram: 1198 seguidores. Facebook: 811 seguidores. Tiktok: 176 seguidores.	Instagram: 72.7 mil seguidores. Facebook: 217 mil seguidores. Tiktok: 1012 seguidores.	Instagram: 146 mil seguidores. Facebook: 375 mil seguidores. Tiktok: 36.2 mil seguidores.	Instagram: 1363 seguidores. Facebook: 755 seguidores. TikTok: 0 seguidores	Instagram: 2481 seguidores. Tiktok: 386 seguidores.	Instagram: 55.5 mil seguidores. Facebook: 139 mil seguidores. Tiktok: 1950 seguidores.

Puntuación por atributo:

	MAC	MALI	Imaginando	Aloha Kids	Corriente Alternativa
Servicio	1	2	3	5	4
Accesibilidad	2	1	3	5	4
Calidad educativa	2	1	4	3	5
Comunidad	2	1	5	4	3

Brechas por atributo:

- Servicio:**
 La competencia con la puntuación más alta en el atributo de servicio es el Museo de Arte Contemporáneo (MAC). El MAC dentro de sus servicios ofrece una amplia variedad de talleres especializados y talleres integrales para niños. ArtLab también ofrece servicio de talleres de arte, pero únicamente integrados. Para superar los servicios del MAC, ArtLab debería aumentar la variedad de talleres que ofrece, incluyendo también talleres especializados en una técnica específica.
- Accesibilidad:**
 En este atributo la puntuación más alta es el Museo de Arte de Lima (MALI). El MALI cuenta con alianzas estratégicas que le permiten ofrecer talleres de arte para niños en 16 distritos de Lima además de su sede central. ArtLab deberá

formar también alianzas estratégicas para abarcar mayor territorio y poder ofrecer sus servicios a más individuos.

- **Calidad educativa:**
El MALI tiene la puntuación más alta en el atributo de calidad educativa ya que, como gran institución, cuenta con una gran variedad de docentes artistas y educadores que son especialistas en diversas técnicas del arte. Para reducir la brecha con la calidad educativa del MALI, ArtLab deberá aumentar el repertorio de docentes con especializaciones en diferentes técnicas.
- **Comunidad:**
En el último atributo, el Museo de Arte de Lima también se lleva la puntuación más alta, ya que al ser una institución con muchos años de trayectoria y muy importante para la cultura del país, cuenta con una gran comunidad en redes sociales que se mantiene activa. Para que la comunidad de ArtLab también crezca y se mantenga activa como la del MALI, ArtLab deberá estudiar las tendencias del público y aumentar los seguidores en sus redes sociales.

Diseño de estrategias SMART con duración de un año:

Las estrategias SMART son una metodología que ayuda a establecer objetivos claros y posibles. Esta herramienta ayuda a focalizar las metas del proyecto de manera específica, medible, realista y alcanzable en un tiempo determinado. Para este trabajo se diseñaron dos estrategias para cada brecha.

Servicio:

- **Implementación de talleres especializados:**
Implementar una nueva línea de 3 talleres especializados en técnicas específicas al diseñar un programa con módulos definidos, materiales específicos y docentes capacitados en cada técnica.
- **Diferenciación con una experiencia inmersiva en talleres:**
Crear una experiencia inmersiva en uno de los talleres especializados incluyendo visitas a exposiciones, interacción con artistas y una exhibición final de las obras de los estudiantes al crear alianzas estratégicas con museos, artistas locales o galerías con el apoyo de una comunidad artística interesada en promover la educación artística para niños.

Accesibilidad:

- **Alianza con municipalidades y centros culturales:**
Establecer alianzas con municipalidades y centros culturales en tres distritos de Lima (Miraflores, Surco y San Isidro) para organizar talleres de arte con profesores capacitados, creando una nueva comunidad artística que llegue a más personas.
- **Programas de arte con colegios:**
Mediante alianzas con instituciones educativas en tres distritos (Miraflores, Surco y San Isidro) y una red de profesores capacitados, se creará un programa de arte dirigido a colegios que no cuenten con programas artísticos extracurriculares.

Calidad educativa:

- Incorporación de docentes especialistas:
Ampliar el equipo de ArtLab contratando tres docentes con especialización en dibujo manga, acuarela y arcilla y con experiencia enseñando a niños de 4 a 12 años.
- Programas para docentes:
Implementar un programa interno de formación para los docentes de ArtLab en técnicas artísticas como acuarela, manga y escultura y pedagogía para que sigan la metodología propia ArtLab con cuatro capacitaciones al año.

Comunidad:

- Crecimiento de seguidores en redes sociales:
Aumentar en un 20% la cantidad de seguidores en redes sociales mediante estrategias de contenido y publicidad al publicar contenido atractivo y educativo sobre el arte, implementando sorteos con descuentos como premios y colaboraciones con influencers al trabajar publicaciones sobre la importancia del arte en los niños o artistas plásticos con sesiones de arte en vivo.
- Interacción con la comunidad en redes sociales:
Aumentar en un 50% la cantidad de publicaciones interactivas o contenido participativo en redes sociales para generar una comunidad grande al crear dinámicas con retos creativos, encuestas, sesiones en vivo y compartiendo los trabajos creados por alumnos.

3.3 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Enfoque en talleres integrales fomentando una educación artística completa.• Mejorar el estándar educativo a través de la incorporación de docentes especializados y programas de formación para el equipo.• Flexibilidad para implementar nuevas estrategias y metodologías disruptivas de enseñanza.	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento del interés por metodologías innovadoras con enfoques modernos para el aprendizaje artístico.• Mayor reconocimiento de las habilidades blandas en la sociedad.• Tendencia hacia la valoración de disciplinas artísticas.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Falta de talleres especializados en una técnica específica.• Presencia digital en desarrollo.• No hay alianzas estratégicas para expandir los talleres de arte a más zonas de la ciudad.	<ul style="list-style-type: none">• La falta de tiempo y las distancias pueden dificultar que los niños asistan a los talleres.• Predominio del deporte sobre otras actividades.• Limitaciones económicas de los padres.

3.4 Recolección de datos

A pesar de que los servicios y productos de ArtLab están dirigidos a los niños, es muy importante conocer qué esperan los padres de las actividades extracurriculares de sus hijos, ya que ellos elegirán en qué actividades educativas y recreativas inscribirán a sus hijos. Entender las opiniones de los padres será importante para diseñar un servicio que responda a sus necesidades e intereses. Es importante comprender las expectativas y desafíos que enfrentan los padres de familia, como las limitaciones económicas o de tiempo. Esto permitirá adaptar y crear estrategias para superar los motivos que puedan afectar la inscripción de niños en talleres extracurriculares. Para

esta investigación se empleará un enfoque mixto que combina métodos de investigación cuantitativa y cualitativa.

Para el enfoque cualitativo se realizarán treinta entrevistas. El objetivo de las entrevistas es explorar en mayor profundidad las opiniones, motivaciones y experiencias de los padres relacionadas con la educación artística y el desarrollo de sus hijos. Permitirá obtener insights detallados y específicos y así comprender las razones detrás de las elecciones de los padres y las barreras que enfrentan para acceder a actividades artísticas.

Para el enfoque cuantitativo se realizarán como mínimo cien encuestas. El objetivo de las encuestas es recopilar datos medibles y estandarizados sobre las preferencias, nivel de satisfacción, disposición de inversión y necesidades de los padres en relación con los servicios educativos y artísticos para sus hijos. Permitirá cuantificar el nivel de interés en los servicios de ArtLab, como talleres, kits creativos y actividades para cumpleaños y así proporcionar información para priorizar las áreas de mayor demanda.

Para la parte cualitativa de la investigación de este proyecto se utilizará una combinación de entrevistas obtenidas por videollamadas, llamadas de voz y entrevistas presenciales. Estarán dirigidas a madres y padres que tengan hijos entre los 4 y 12 años y que vivan en la ciudad de Lima. Para la parte cuantitativa, se aplicará una encuesta en línea a través de la herramienta Google Forms para personas que tengan una relación directa con niños como padres, abuelos y tíos, que permitirá recopilar información de primera mano sobre sus percepciones sobre la educación artística. Este enfoque híbrido permitirá ampliar el alcance de la investigación, asegurando una mayor diversidad de respuestas y adaptándose a las necesidades y disponibilidad de los participantes.

Como se mencionó, para la selección de los entrevistados se considerará como criterio principal que todos los padres y madres tengan hijos entre los 4 y 12 años, ya que este rango de edad representa el público objetivo de ArtLab. Adicionalmente, se buscará incluir un porcentaje de hombres en las entrevistas, esto se debe a que la mayoría de las decisiones relacionadas con actividades extracurriculares tienden a estar influenciadas por las madres. Comprender el punto de vista paterno en la toma de decisiones familiares puede contribuir a perfeccionar la oferta de ArtLab. También se consideró factores como que los participantes pertenecieran al sector socioeconómico A/B y la ubicación geográfica. Al finalizar estos primeros filtros, se establecieron cuatro grupos principales para las entrevistas:

- Padres de familia con experiencia previa en ArtLab: Se incluyeron a padres que en algún momento inscribieron a sus hijos o que tienen actualmente inscritos a sus hijos en los talleres de arte. Esto permitirá recoger percepciones sobre la experiencia, los beneficios observados y posibles áreas de mejora.
- Padres con quienes se interactuó en otros talleres en el pasado: Aunque ya no hay un contacto directo con ellos, su participación aporta una perspectiva externa sobre la educación artística.
- Amigos cercanos y conocidos: Estos padres brindarán una perspectiva confiable y honesta sobre sus expectativas en relación con actividades artísticas para sus hijos.

- Personas nuevas recomendadas por contactos: Se incluirán a personas que no hayan tenido contacto con ArtLab. Esto ayudará a tener una visión más objetiva y diversa sobre las necesidades y expectativas que tienen diversas familias.

La encuesta para el proyecto constará de 21 preguntas y se llevará a cabo a través de la plataforma Google Forms. Esta plataforma gratuita es accesible y no requiere que los individuos que respondan tengan una suscripción. El objetivo principal es recopilar datos estructurados de manera eficiente y accesible, permitiendo obtener información relevante de una muestra amplia de participantes. Este formato brinda flexibilidad a los encuestados, quienes podrán responder en su propio tiempo y ritmo, sin restricciones de horario o ubicación. Además, el uso de Google Forms facilitará la recopilación, organización y análisis de datos mediante sus herramientas automatizadas de estadísticas y gráficos, lo que optimizará el procesamiento de la información. Al ser un método económico y escalable, resulta ideal para llegar a un número significativo de personas, garantizando así una mayor representatividad en los resultados.

Las entrevistas y encuestas permitirán obtener información clave directamente de los padres de familia, proporcionando una visión profunda sobre sus necesidades, intereses y percepciones en relación con los talleres de arte para niños. A través de las entrevistas, se logrará un análisis cualitativo detallado, comprendiendo no solo las respuestas directas, sino también las emociones y motivaciones detrás de ellas. Por otro lado, las encuestas facilitarán la recolección de datos estructurados a gran escala, permitiendo identificar patrones y tendencias en la demanda de actividades extracurriculares. Con estos insumos, se podrán diseñar estrategias más efectivas y personalizadas, asegurando que los servicios de ArtLab respondan de manera óptima a las expectativas y realidades de las familias.

Se plantearán diversas estrategias para alcanzar una audiencia variada y así lograr unos resultados más reales. A través de redes sociales como Instagram y Facebook, se compartió el enlace de la encuesta tanto en publicaciones como en historias, dirigidas especialmente a seguidores interesados en actividades educativas y artísticas. Asimismo, se utilizaron chats de WhatsApp para ampliar la difusión. En este caso, se compartió la encuesta en grupos de vecinos y en grupos de padres de familia de distintos colegios privados, lo que permitió una mayor difusión entre quienes tienen interés en la educación.

El perfil de los participantes incluyó a padres de familia, adultos mayores y personas sin hijos pero que tengan una cercanía a niños, esto permitirá llegar a más personas rápidamente al mismo tiempo que obtener una perspectiva más amplia y diversa en las respuestas. Además, la encuesta fue diseñada para completarse en un tiempo estimado de 5 a 7 minutos, facilitando la participación de personas con agendas ocupadas y asegurando una mayor tasa de respuesta.

Las entrevistas y encuestas permitirán obtener información clave directamente de los padres de familia, proporcionando una visión profunda sobre sus necesidades, intereses y percepciones en relación con los talleres de arte para niños. A través de las entrevistas, se logrará un análisis cualitativo detallado, comprendiendo no solo los intereses de los padres, sino también las emociones y motivaciones detrás de ellos. Por otro lado, las encuestas facilitarán la recolección de datos estructurados a gran

escala, permitiendo identificar patrones y tendencias en la demanda de actividades extracurriculares. Con estos resultados, se podrán diseñar estrategias más efectivas y personalizadas, asegurando que los servicios de ArtLab respondan de manera óptima a las expectativas y realidades de las familias.

3.5 Análisis de información obtenida

3.5.1 Identificación de los insights principales

Contexto 1:

En base a las entrevistas realizadas, se identificó un temor recurrente entre los padres de familia respecto al perfil ideal del profesor de arte en los colegios de sus hijos. La mayoría de los padres consideran que, aunque un artista profesional puede dominar técnicas y conocimientos artísticos, no garantiza que tenga habilidad para enseñar. Los padres de familia perciben que las habilidades pedagógicas son el elemento clave para garantizar un aprendizaje adecuado, es decir que existe una inclinación hacia los docentes con que hayan estudiado pedagogía.

Insight: Los padres priorizan que los profesores de arte tengan formación pedagógica, percibiendo que las habilidades de los docentes son esenciales para garantizar un aprendizaje efectivo, incluso por encima del dominio técnico o artístico del profesor.

Hallazgos principales:

1. El mayor porcentaje de padres prefiere profesores con una formación pedagógica.
2. Un grupo intermedio considera que un artista profesional podría enseñar arte, pero complementado su formación con cursos de pedagogía.
3. Un porcentaje menor de padres cree que el curso de arte debería ser enseñado exclusivamente por artistas profesionales.

Contexto 2:

Las entrevistas revelaron que existe una falta de conocimiento claro entre los padres sobre lo que significan las artes visuales y su importancia en el desarrollo de los niños. Este desconocimiento influye en cómo valoran las actividades artísticas y su impacto en la formación de los niños. Un gran porcentaje de padres no pudo diferenciar claramente entre las artes visuales y las manualidades, no logró explicar con claridad por qué las artes visuales trascienden el simple hacer manual, ni su impacto en el desarrollo cognitivo, emocional y social de los niños.

Insight: Los padres no comprenden en profundidad qué son las artes visuales ni su relevancia en el desarrollo infantil, confundiendo frecuentemente este concepto con las manualidades, lo que limita su percepción sobre la importancia de fomentar el desarrollo artístico desde una edad temprana.

Hallazgos principales:

1. Confusión entre artes visuales y manualidades.

2. Percepción limitada sobre la importancia del arte en el desarrollo de los niños.

Contexto 3:

Las entrevistas revelaron que los padres ven en la creatividad una herramienta esencial para enfrentar los retos laborales que traerá la era de la inteligencia artificial (IA). Consideran que las empresas priorizarán profesionales con perfiles creativos e innovadores ya que la creatividad y las habilidades blandas son difíciles de replicar por la IA. Bajo esta percepción, los padres señalaron la urgencia de incluir programas creativos en la educación infantil y así preparar a los niños para que puedan destacar en un mercado laboral en constante evolución.

Insight: Existe una creciente preocupación entre los padres sobre cómo la IA transformará el futuro laboral de sus hijos, destacando la importancia de fomentar la creatividad como una habilidad clave para mantenerse relevante en un mundo automatizado.

Hallazgos principales:

1. El desarrollo de la creatividad permitirá que los niños destaquen y al mismo tiempo generar una ventaja competitiva.
2. Buscar un equilibrio entre creatividad y conocimiento académico.
3. Habilidades creativas permitirá a los niños adaptarse a los cambios tecnológicos futuros.

Contexto 4:

En base a las entrevistas realizadas, se identificó que la falta de reconocimiento y apoyo hacia el arte en la sociedad limeña inquieta a los padres, quienes temen que esta indiferencia limite las oportunidades educativas y culturales para sus hijos. Existe un interés por parte de los padres de que sus hijos lleven cursos de arte desde pequeños. La gran mayoría de colegios ofrece a sus alumnos 2 horas de arte semanal, esto ocasiona que los padres deseen inscribir a sus hijos en talleres extracurriculares, sin embargo, existe una falta de acceso a talleres de arte de calidad y adecuados para niños en Lima.

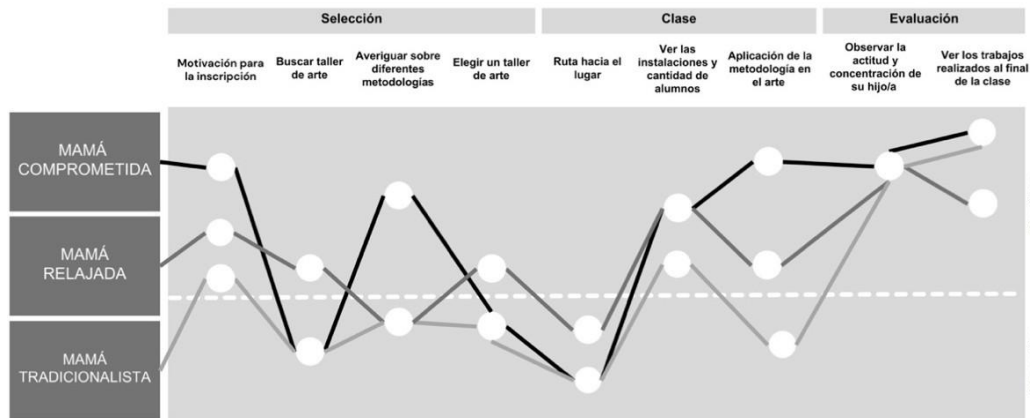
Insight: Los padres están preocupados por la limitada oferta de espacios educativos dedicados al arte en Lima, percibiendo que las pocas opciones disponibles no son fácilmente accesibles ni adecuadas para la edad y necesidades específicas de sus hijos.

Hallazgos principales:

1. Insuficiencia en la educación artística escolar al recibir un máximo de dos horas semanales de arte.
2. Dificultades para encontrar talleres extracurriculares por la poca oferta y mala ubicación.
3. Desajuste en la oferta ya que no hay oferta de talleres extracurriculares para todas las edades, se enfocan en grupos de niños muy pequeños o adolescentes.

3.5.3 Construcción de Journey Map por cada arquetipo

Journey Map



3.5.4 Diseño de experiencia ideal

En el marco del presente proyecto, para diseñar una experiencia ideal, estamos partiendo de los puntos de dolor identificados en la experiencia ideal del cliente, los que se presentan a continuación:

- Buscar taller de arte.
- Averiguar sobre diferentes metodologías.
- Elegir un taller de arte.
- Ruta hacia el lugar.

A partir de cada uno de estos puntos, se sugiere trabajar en la siguientes estrategias y acciones:

Buscar taller de arte:

- Ampliar el equipo de docentes con tres profesores para ofrecer una mayor cantidad de talleres en diferentes horarios para aumentar la oferta de actividades extracurriculares en un plazo de nueve meses.
- Contratar dos docentes que enseñen talleres especializados para ofrecer distintas alternativas en un plazo de un año.

Averiguar sobre diferentes metodologías:

- Diseñar, en un plazo de 3 meses, una metodología que explique la forma de trabajo y los beneficios del arte para niños.
- Publicar digitalmente a través de una página web la metodología de ArtLab para que los padres puedan encontrarla rápidamente, en un plazo de tres meses.

Elegir un taller de arte:

- Diseñar una promoción al año para la inscripción de posibles alumnos cuyos padres estén interesados en matricular a sus hijos en talleres de arte.
- Mantener las redes sociales activas con tres publicaciones semanales en un plazo de seis meses para conectar con los clientes y formar una comunidad atractiva.

Ruta hacia el lugar:

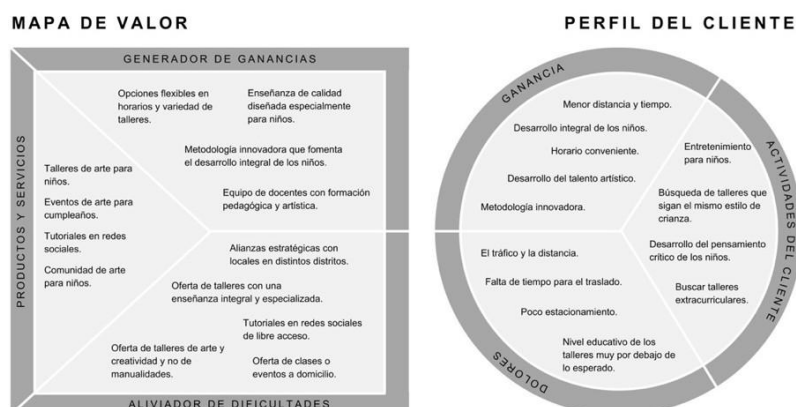
- Crear dos alianzas estratégicas durante el siguiente año, en distintos distritos de la ciudad para ampliar el territorio.
- Ofrecer, en el plazo de un año, dos alternativas de clases fuera del local de ArtLab como clases particulares a domicilio o clases virtuales para evitar el trayecto de los padres hacia el local.

3.6 Producción artística

3.6.1 Lean Canvas

Problema <ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para encontrar espacios que enseñen arte para niños que no sean únicamente manualidades. • Falta de tiempo y opciones flexibles para las familias. • Perspectiva del arte por parte de los padres como entretenimiento y no como un medio para fortalecer habilidades cognitivas, motrices y sociales. 	Solución <ul style="list-style-type: none"> • Metodología basada en la indagación y la creatividad. • Enfoque integral del desarrollo infantil. • Desarrollo de una comunidad artística para niños. 	Proposición de valor única <p>ArtLab propone convertir la creatividad en el motor del desarrollo integral de los niños. Ofrece una metodología innovadora que basa el aprendizaje artístico en la indagación y la resolución de problemas de forma lúdica y creativa. Con un equipo de docentes, con sólida formación pedagógica y artística, garantiza un enfoque equilibrado entre teoría y práctica. ArtLab crea un espacio seguro y accesible donde los niños pueden explorar su creatividad mientras desarrollan ownership en su aprendizaje. A través de la elección y la expresión, se empoderan para que tomen el control de su aprendizaje y su proceso artístico mientras disfrutan de una experiencia enriquecedora y única.</p>	Ventaja especial <ul style="list-style-type: none"> • Potencia habilidades más allá del arte, como el pensamiento crítico, la autoconfianza o la inteligencia emocional. • ArtLab tiene una metodología única que combina distintas pedagogías innovadoras de ABP, Learning by Doing, Reggio Emilia y IB. 	Segmento de Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia con hijos pequeños (3-12 años) que vivan en la ciudad de Lima. • Organizadores de eventos infantiles. • Municipalidades y centros culturales.
Métricas clave <ul style="list-style-type: none"> • Número de niños inscritos. • Retención de alumnos. • Crecimiento en redes sociales. • Número de eventos realizados. 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Alianzas estratégicas • Marketing directo • Eventos • Página web 		
Estructura de Costos <p>Costos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salarios de profesores. • Materiales y producción. • Publicidad en redes sociales. <p>Costos fijos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luz. • Agua. • Internet. • Tributos municipales. 		Flujo de ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Venta de talleres de arte para niños. • Servicio de clases particulares y personalizadas. • Servicio de eventos para cumpleaños. • Margen de ganancia al 45% 		

3.6.2 Value Proposition Canvas



3.6.3 Construcción de Prototipo de solución

Para este proyecto de investigación se construirá un prototipo de solución de una clase modelo con la metodología innovadora de ArtLab. Este prototipo será importante para validar la metodología creada probando y ajustando la estructura y las estrategias de enseñanza antes de implementarlas a mayor

escala o lanzarlo oficialmente. De igual manera, el prototipo también ayudará a demostrar cómo Artlab impacta en el aprendizaje y creatividad de los niños definiendo lo que hace única a la metodología frente a otras opciones educativas.

Para el proyecto se analizaron cinco metodologías en tendencia, de las cuales se emplearán solo cuatro filosofías educativas para diseñar la metodología propia de ArtLab en una clase modelo: el ABP (Aprendizaje basado en problemas), Learning by Doing, Reggio Emilia y en el programa PEP del IB. Se eligió desarrollar una nueva filosofía ya que la intención de ArtLab es encontrar una forma innovadora de enseñar arte a niños que vaya más allá del simple hecho de transmitir conocimientos como en las metodologías tradicionales en donde el maestro le enseña al pupilo.

El objetivo general de este prototipo es diseñar y validar una metodología que pueda transformar la enseñanza del arte en una experiencia de indagación, experimentación y desarrollo creativo en los niños. Para alcanzar este propósito, se evaluará la efectividad de la metodología ArtLab para identificar oportunidades de mejora.

El desarrollo del prototipo comenzará con el diseño de un esquema de la estructura de la clase en el que se definirán los aspectos clave como la idea central, las líneas de investigación, los objetivos de aprendizaje, los conceptos clave, los conocimientos esperados, el problema a resolver y las preguntas de reflexión. Una vez definido el esquema, se buscará una institución dispuesta a probar esta nueva metodología en un salón con 14 niños entre 9-12 años.

La clase se llevará a cabo en tres etapas. Esta propuesta busca guiar a los alumnos a través de un proceso artístico completo, desde la generación de ideas hasta la reflexión sobre su aprendizaje. Esta secuencia en la metodología fue diseñada con la intención de promover la autonomía, la experimentación, la incorporación de teoría y el desarrollo del pensamiento crítico.

La primera etapa es la exploración e indagación y tiene como objetivo principal despertar la curiosidad y estimular la creatividad de los alumnos. Esta fase inicial innovadora se aleja de la enseñanza artística tradicional al presentar una variedad de materiales que les permita a los alumnos investigar, manipular y experimentar libremente. A través de esta exploración, los niños comenzarán a generar ideas, buscar soluciones y desarrollar preguntas.

La segunda etapa consiste en el desarrollo del proyecto. En esta fase, los alumnos transformarán sus ideas iniciales en una producción artística concreta. Una característica clave de esta etapa es la incorporación de la teoría del arte relacionada directamente con los hallazgos encontrados durante la exploración. Además, se utilizan palabras clave como herramientas visuales que acompañan el proceso creativo, ayudando a enfocar la atención y a fortalecer el proceso creativo de los niños.

Finalmente, la tercera etapa corresponde a la reflexión final. Esta fase se centra en darles a los alumnos un tiempo para analizar y compartir su experiencia

artística. La intención es que los alumnos reconozcan lo que aprendieron, identifiquen lo que les resultó fácil o difícil y piensen cómo se puede aplicar lo aprendido en futuros trabajos. La reflexión fomenta tanto el pensamiento crítico como la valoración del proceso creativo.

Una vez concluida la clase, se analizarán los datos obtenidos por la observación de la clase, las conversaciones con los niños y los comentarios de los padres con la intención de evaluar la efectividad de la metodología para poder realizar ajustes antes de su implementación oficial en los talleres.

3.7 Validación e iteración de la solución

La evaluación y validación son esenciales para comprobar que la metodología planteada en el proyecto cumpla con los objetivos educativos y creativos, demostrando que es viable para aplicarse a mayor escala. Para validar el prototipo se llevarán a cabo dos procesos de evaluación: el primero se realizará durante la ejecución de la clase mediante los indicadores de éxito y el segundo consistirá en presentar la clase modelo a un grupo específico de personas que brindarán su opinión respecto a la clase.

3.7.1 Definición demográfica y psicográfica de la muestra a intervenir

La primera validación se realizará en tiempo real durante la clase modelo, con la participación de niños y niñas entre 9 y 12 años. También estarán presentes sus padres, con edades aproximadas entre 35 y 50 años. Esta validación permitirá observar directamente la interacción de los alumnos con la metodología y recoger impresiones sinceras y auténticas de los padres y alumnos. Esto ofrecerá una perspectiva inmediata sobre la efectividad, claridad y valor pedagógico de la metodología.

Para el segundo proceso de validación, se presentará el prototipo a cinco personas clave que permitirán tener un feedback amplio para asegurar que la metodología ArtLab cumpla con las expectativas de los diferentes actores involucrados en la educación de los niños. La audiencia se divide en dos grupos: madres según perfil de crianza y juicio experto. Dentro del primer grupo, se buscarán tres personas dentro de los treinta individuos entrevistados que calcen con los arquetipos de mamá comprometida, mamá relajada y mamá tradicionalista. En el segundo grupo de juicio experto, se incluirá la perspectiva de un docente y un psicólogo que puedan evaluar la propuesta desde un enfoque educativo.

3.7.2 Definición de las características del prototipo que serán validadas

Para la primera validación se trabajarán con cuatro indicadores de éxito: Nivel de *engagement* de los niños, comprensión del concepto trabajado, análisis de la obra final de los niños y la satisfacción de los padres. La técnica de observación y recolección de datos será la más utilizada para los cuatro

indicadores del éxito. En la primera etapa de experimentación, se tomará en cuenta su participación y el planteamiento de preguntas con respecto al tema presentado. En la segunda etapa del desarrollo del proyecto, se analizará la comprensión del concepto trabajado mediante la observación del proceso creativo y artístico. En la tercera etapa de la reflexión, se observará y conversará con los alumnos con respecto a la obra final. Por último, al finalizar la clase, se medirá la satisfacción de los padres a través de una encuesta rápida.

Para la segunda validación del prototipo se analizarán cuatro características, tres de ellas corresponden a las etapas del proceso creativo y la última se enfoca en el diseño estructural de la clase. Cada una será evaluada a través de la percepción de padres y el juicio experto (docente y psicólogo).

- **Característica I: Etapa 1: Exploración e indagación**
Esta etapa representa el componente más innovador de la metodología. En ella se promueve que los niños exploren libremente, indaguen, y construyan ideas por sí mismos a partir de provocaciones. Se evaluará si esta etapa es percibida como necesaria o importante por los padres y el juicio experto o si se considera que una clase de arte podría funcionar mejor sin esta etapa. Además, se analizará si esta fase favorece la independencia, la curiosidad y la expresión personal del niño.
- **Característica II: Etapa 2: Desarrollo del proyecto**
Esta etapa es la más similar a una clase de arte tradicional, sin embargo, con la metodología se introducen dos nuevos elementos: análisis de la teoría artística basada en los hallazgos de los niños y las palabras clave como herramientas visuales. Se evaluará la percepción de padres y expertos sobre la eficacia y el impacto de estas innovaciones en la experiencia de aprendizaje. Igualmente se evaluará si las palabras clave son útiles para el trabajo y si realmente cumplen una función. Finalmente se analizará si la articulación de la teoría con la exploración previa resulta beneficiosa para el aprendizaje y elaboración del trabajo.
- **Característica III: Etapa 3: Reflexión final**
Esta etapa final de la clase consiste en reflexionar sobre lo aprendido, considerando si fue difícil o fácil y para qué puede servir este conocimiento. Se evaluará si los padres y el juicio experto consideran adecuado y valioso este momento de reflexión como forma de cierre. Además, si se percibe que esta reflexión contribuye al desarrollo del pensamiento crítico y al proceso creativo.
- **Característica IV: Esquema de clase**
El objetivo de evaluar esta característica es conocer la opinión de las cinco personas clave con respecto a la utilidad del esquema como una herramienta para estructurar las clases de arte bajo esta metodología. Se analizará si consideran que es viable su implementación.

3.7.3 Cuantificación de resultados y validación

Primera validación

Indicadores de éxito		Alumnos	Padres de familia
Exploración e indagación	Engagement de los niños	5	5
Desarrollo del proyecto	Comprensión del concepto trabajado	5	5
Reflexión final	Análisis de la obra final de los niños	4	
Reflexión final	Satisfacción de los padres		5

Segunda validación

Prototipo	Mamá comprometida	Mamá relajada	Mamá tradicionalista	Profesional docente	Profesional psicólogo	Insight principal
Exploración e indagación	5	5	4	5	4	Forma de enseñar arte más evolucionado. Un acercamiento libre expone a los niños a la frustración. Si bien hay libertad para explorar, también se debe corregir a los niños. Explorar la creatividad desde su propio punto de vista. No todos los niños saben cómo explorar, cómo indagar y cómo empezar.
Desarrollo del proyecto	5	4	5	5	4	Es más fácil pasar de la teoría a la práctica de esa manera. Alumnos lograron resultados distintos siguiendo las mismas pautas, tomaron decisiones sobre su proceso creativo. Agregar el rol del docente en la metodología. La importancia en el acompañamiento emocional y práctico.
Reflexión final	5	4	5	5	4	Una limitación es que no todas las personas quieren o pueden exponer sus ideas en público. Conclusiones se desprenden del trabajo que han hecho y no de la explicación. Niños grandes son más reflexivos que los pequeños. Diferentes versiones del concepto principal.
Esquema de clase	5	5	4	5	4	Profundizar sobre el lado emocional de los niños y el lugar que ocupa el docente en ese aspecto. Requiere bastante compromiso de parte de docente para realizar.

3.7.4 Iteración de la solución

La iteración del proyecto se basa en los insights recogidos a partir de la opinión de los padres y del juicio experto (docentes y psicólogo) que permitirá hacer ajustes en la metodología con el objetivo de mejorar su aplicación y efectividad. Estos comentarios permitirán identificar aspectos clave que se tiene que reforzar o adaptar dentro de cada etapa de la metodología, así como en el rol del docente y en la estructura de la clase.

Etapa 1: Exploración e indagación

Hallazgos principales:

1. Algunos niños se frustran ante la libertad total.
2. No todos los alumnos saben por dónde empezar.
3. La etapa es valorada como una forma evolucionada de enseñar arte.

Iteración:

Para mejorar esta primera etapa se implementará una serie de ajustes que buscan ofrecer orientación sin limitar la creatividad. Para esto, se mejorará la hoja de trabajo con mini-guías de inicio y pistas de exploración que ayuden a

los niños a iniciar su proceso creativo de forma autónoma. Además, se capacitará a los docentes para que acompañen esta etapa mediante intervenciones sutiles y puntuales que no interfieran con la libertad de los niños, pero que puedan contenerlos en caso de una frustración inicial. Finalmente, se incorporarán más de una referencia visual que sirvan como punto de partida, sin imponer una única forma de abordar el proyecto.

Etapa 2: Desarrollo del proyecto

Hallazgos principales:

1. El rol del docente es fundamental, pero no está detallado en la metodología.
2. Se requiere un compromiso del docente tanto en lo técnico como en el acompañamiento emocional.

Iteración:

Con el fin de fortalecer el rol del docente dentro de la metodología, se incorporarán ajustes que visibilicen y estructuren su participación en el proceso. Se añadirá un punto específico en el esquema de clase donde se detallen las *acciones clave del docente*. Finalmente, se destacará que el rol del docente no se limita a facilitar, sino que debe ser también como un co-investigador y mediador emocional teniendo un impacto directo en el desarrollo integral de los niños.

Etapa 3: Reflexión final

Hallazgos principales:

1. No todos se sienten cómodos exponiendo en público.
2. Niños mayores reflexionan más profundamente.
3. Las conclusiones surgen del hacer y no solo de escuchar la teoría.

Iteración:

Para adaptar esta etapa a las necesidades y estilos de aprendizaje de los alumnos, se implementarán diversas estrategias que promuevan una participación más accesible. Se propondrá ofrecer múltiples formas de expresión reflexiva como la verbal, escrita o a través del dibujo, permitiendo que cada niño elija el formato con el que se sienta más cómodo. Además, se incorporarán preguntas guía visuales disponibles en el salón que sirvan de apoyo para organizar sus ideas. La profundidad de las preguntas será ajustada de acuerdo con la edad y nivel de desarrollo del estudiante.

3.8 Comunicación y difusión de resultados

Para el proyecto se llevará a cabo una campaña de intriga, que busque generar curiosidad e intriga de los servicios que ofrece ArtLab con el objetivo de fomentar una comunidad artística para familias con niños entre los 4 y 12 años. Esta estrategia se basa en crear misterio y captar la atención sin revelar completamente de qué se trata, manteniendo al público a la expectativa y motivándola a querer saber más. La campaña de intriga estará dividida en tres etapas: generación de expectativa, emociones y psicología del misterio y finalmente la revelación.

La campaña “¿Dónde están los niños?” nace de la idea popular de que los niños tienen que hacer actividades divertidas en las vacaciones para no aburrirse en casa. Jugando un poco con la sátira, se incluirá el juego de que los padres ya no saben qué hacer con los hijos durante las vacaciones. Partiendo de esa idea, la primera etapa de generación de expectativa tendrá como objetivo intrigar a la audiencia, los padres de familia, sobre a dónde se fueron los niños. Esta fase tendrá una duración de tres días y se utilizará como canal las redes sociales Instagram y Facebook.

El primer día se publicarán videos de niños llegando a sus casas después de haber terminado el año escolar, corriendo a los juguetes y desordenando todo. Los videos estarán acompañados de un texto que diga “*Llegaron las vacaciones... ¿y ahora qué hacemos?*”. La propuesta intentará mostrar situaciones comunes que los padres puedan identificar fácilmente con un poco de humor. En el segundo día se publicarán historias en las redes sociales sobre el aburrimiento de los niños. Primero, se mostrará una foto de un niño en el piso con todos sus juguetes alrededor con el texto que diga “*Estoy aburrido...*”. A la foto le seguirá un video de un niño siguiendo a su mamá por varios espacios de la casa gritando “mamá”. En el tercer día de la primera etapa, se publicará un video con la pregunta “¿dónde están los niños?” con los padres abriendo la puerta del cuarto de los niños que está desordenado y cuando la cierra y vuelve a abrir, está todo ordenado y en silencio. Este video termina con la intriga de a dónde se fueron los niños con los intentos de los padres de abrir varias veces la puerta para intentar descubrir donde están.

La etapa de emociones y psicología del misterio tendrá como objetivo hacer que el público interactúe y trate de adivinar a dónde se fueron los niños. Esta fase tendrá una duración de dos días y se utilizarán como medio las historias de Instagram y Facebook. Durante el primer día se publicarán una serie de historias con pistas visuales de dónde pueden estar los niños. Entre las imágenes habrá fotos de vistas parciales de materiales de pintura y un camino de huellas de pintura en el suelo. En el segundo día de publicará una adivinanza. Se publicará un video de los padres abriendo y cerrando la puerta para que aparezcan los niños con el objetivo de generar una interacción con el público al invitarlos a dejar una respuesta creativa ofreciéndoles como incentivo un descuento en los productos ArtLab.

En la última etapa se revelará el objetivo de la campaña que es promover el taller de verano. Esta se llevará a cabo como publicación en Instagram y Facebook y tendrá una duración de un día. Se publicará un video revelando que los niños estuvieron todo el tiempo divirtiéndose, creando y aprendiendo en el taller de verano de Artlab. Al final del video se verá a los niños corriendo a mostrarle sus trabajos a los papás con el mensaje “*¡Las vacaciones son el mejor momento para ser creativos! Reserva su lugar en el taller de ArtLab y transforma su tiempo libre en momentos mágicos*”.

3.9 Postulación a fondos de capital semilla

El capital semilla es un financiamiento inicial para la creación de microempresas o consolidación de una empresa existente. Esta clase de fondos se orienta a nuevas empresas y negocios que se encuentren en una etapa de inicio, que traten temas

innovadores y que tengan oportunidades de crecimiento en el mercado local.¹² En este sentido, postular a fondos de capital semilla es una estrategia clave para potenciar el crecimiento y expansión de ArtLab. En Perú, el Concurso de Innovación Empresarial de ProInnovate proporciona una excelente oportunidad, ya que fue creado con la intención de financiar proyectos innovadores con alto potencial de impacto en el mercado peruano como es el caso de ArtLab.

ProInnovate tiene como objetivo fomentar la innovación de pequeñas y medianas empresas y emprendimientos que cuenten con proyectos para desarrollar productos, servicios o procesos novedosos. Este concurso se desarrolla en dos fases: en la primera se evaluará la viabilidad de la solución innovadora y en la segunda fase se accederá al financiamiento para el desarrollo del prototipo y su validación.¹³

Este fondo significaría para ArtLab la oportunidad de contar con recursos para fortalecer el modelo de negocio, optimizar la oferta de talleres artísticos y desarrollar las herramientas digitales que permitan optimizar el alcance de una comunidad artística. Además, el financiamiento permitiría mejorar la infraestructura de los espacios de enseñanza y expandir el alcance de ArtLab a más distritos con el alquiler talleres u otros espacios destinados a la educación artística. Otro beneficio clave de este fondo es la validación del proyecto al asegurar que la propuesta de ArtLab no solo sea innovadora, sino que también sea sostenible en el tiempo. Asimismo, el respaldo de un programa como ProInnovate aumentaría la credibilidad del emprendimiento y facilitaría futuras alianzas estratégicas.

Los programas de capital semilla buscan financiar proyectos que generen un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente. En este sentido, los objetivos de ArtLab se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que es un emprendimiento con el propósito de contribuir en la sociedad a través del arte y la educación. ArtLab contribuye al ODS 4 (Educación de Calidad) a través de la innovación en la educación artística que mejora el acceso a experiencias de aprendizaje creativas y de la calidad de enseñanza artística para niños. También se alinea a la ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) al generar oportunidades de empleo para artistas-docentes y promover un crecimiento económico sostenible dentro del sector creativo.

¹² Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF). (s.f.). *Capital semilla*. <https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27440.html>

¹³ ProInnovate. (s.f.). *Concurso de Innovación Empresarial – Convocatoria 2025*. <https://www.gob.pe/institucion/proinnovate/campa%C3%B1as/91358-concurso-innovacion-empresarial-convocatoria-2025>

BIBLIOGRAFÍA

Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF). (s.f.). *Capital semilla*.
<https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27440.html>

Educativa. (s.f.). Gamificación: El aprendizaje divertido.
<https://www.educativa.com/blog-articulos/gamificacion-el-aprendizaje-divertido/>

Educrea. (s.f.). Aprendizaje basado en problemas: El método ABP.
<https://educrea.cl/aprendizaje-basado-en-problemas-el-metodo-abp/>

International Baccalaureate (IB). (s.f.). Learning and teaching in the PYP.
<https://www.ibo.org/es/programmes/primary-years-programme/curriculum/learning-and-teaching/>

Lima Cucho, L. (2022, 30 de julio). Arte y cultura en el contexto social peruano. Revista Horizontes.
<https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/545/1078>

ProInnovate. (s.f.). *Concurso de Innovación Empresarial – Convocatoria 2025*.
<https://www.gob.pe/institucion/proinnovate/campa%C3%B1as/91358-concurso-innovacion-empresarial-convocatoria-2025>

SMOWL. (s.f.). Learning by doing: Qué es y cómo aplicarlo en la educación.
<https://smowl.net/es/blog/learning-by-doing/>

Tosso, V. (2024, 18 de julio). Prueba PISA ubica a Perú debajo del promedio en pensamiento creativo: ¿en qué puesto está? La República.
<https://larepublica.pe/sociedad/2024/06/18/prueba-pisa-ubica-a-peru-debajo-del-promedio-en-pensamiento-creativo-en-que-puesto-esta-ocde-educacion-1753686>

Waldorf Pedagogía. (s.f.). Provocación Reggio Emilia.
<https://waldorfpedagogia.es/montessori/provocacion-reggio-emilia/>