Levantamiento de información de proyectos bajo el enfoque PEER

Proyecto Innova Género- IST22101

2025



Contenido

1. ANTECEDENTES 3
2. OBJETIVO GENERAL 3
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
4. RESUMEN DE RESULTADOS (Máx 500 palabras) 3
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
6. PEER 4
7. RESPALDO AUDIOVISUAL 5

1. ANTECEDENTES

Nombre Proyecto: Ej: “Mujeres que Inspiran Concepción: Ruta Digital con Realidad Aumentada”

Código Charlyio: Ej: 777414

Nombre jefe/a de Proyecto sede: Ej: Alexis Rozas Gavilán

Sede: Concepción

Nombre Participantes Santo Tomás:

Nombre	Carrera	Sede	Estudiante o Académico	Rol Principal en el Proyecto
Jorge Vivanco	DVJ	Concepción	Académico	3D animación
Camila Cruz	Diseño Gráfico	Concepción	Académico	Gestión
Millary Valdebenito	Diseño Gráfico	Concepción	Estudiante	Diseño Gráfico
Eduardo Espinoza	DVJ	Concepción	Estudiante	3D
Lisset Martel	Turismo	Concepción	DC	Gestión
Consuelo Herrera	DVJ	Concepción	Académico	Guion
Alexis Rozas	Área Diseño	Concepción	DC	Líder Proyecto

Nombre Participantes externos Santo Tomás:

Nombre	Institución	Mail	Teléfono	Rol Principal en el Proyecto
Karen Castro	Smart Unity	contacto.smartunity@gmail.com	968767852	Desarrollo RA
Alejandro	Smart Unity	contacto.smartunity@gmail.com	998303659	Desarrollo RA
Karina Valverde Torres	Distribuidora Torres Vega Ltda	valverdekarina@gmail.com	998752060	Emprendedora
Jacqueline Ester Espinoza	Cocinería Silvita	jesterespinoza@hotmail.com	930978225	Emprendedora
Claudia Rivera	Carteras Verónica	claudiarivera@gmail.com	9963398024	Emprendedora

2. OBJETIVO GENERAL

El proyecto *“Mujeres que Inspiran Concepción: Ruta Digital con Realidad Aumentada”* tiene como objetivo
general visibilizar, fortalecer y promover el aporte de las mujeres emprendedoras del centro de Concepción mediante la creación de una ruta turística digital con realidad aumentada (RA), conectando sus espacios de trabajo, productos y trayectorias personales con la identidad

patrimonial de la ciudad. Esta iniciativa propone un cruce innovador entre género, cultura y tecnología, posicionando a las mujeres no solo como actoras económicas relevantes, sino como portadoras de memoria viva, agentes culturales y protagonistas del desarrollo urbano inclusivo.

La propuesta se materializa en el diseño e implementación de una ruta urbana interactiva que recorrerá al menos 3 puntos clave del centro de la ciudad, integrando negocios liderados por mujeres como cocinerías del Mercado Central, quioscos históricos de la Plaza de Armas, cafés de autor en Plaza Perú y ferias culturales con hitos urbanos de alto valor patrimonial y afectivo. En cada punto, los visitantes podrán activar contenidos digitales mediante códigos QR y tecnología NFC, accediendo a cápsulas de realidad aumentada protagonizadas por los personajes de *Condorito*, ícono del humor gráfico latinoamericano y creación del dibujante penquista René "Pepo" Ríos, figura patrimonial originaria de la ciudad.

Estos personajes Condorito, Yayita, Don Chuma, Doña Tremebunda, entre otros serán resignificados como guías narrativos con perspectiva de género, generando una experiencia lúdica, emocional y educativa que permite recorrer la ciudad desde una mirada distinta, una mirada que celebra a las mujeres del centro no solo como comerciantes o microempresarias, sino como tejedoras de comunidad, sostenedoras de tradición y constructoras de territorio.

A través de este objetivo, se busca responder a una serie de brechas estructurales detectadas en estudios recientes sobre ciudad, género y tecnología. Por un lado, se enfrenta la baja visibilidad pública del trabajo femenino en el espacio urbano, aunque las mujeres lideran más del 60% de los emprendimientos gastronómicos del centro, su presencia simbólica en la narrativa oficial de la ciudad es mínima, y sus negocios están ausentes de circuitos turísticos o culturales tradicionales. Por otro lado, se busca acercar la innovación tecnológica a sectores subrepresentados, garantizando el acceso libre y gratuito a experiencias de realidad aumentada que puedan ser activadas desde cualquier teléfono celular, sin necesidad de conocimientos técnicos ni aplicaciones externas.

El proyecto tiene además un importante componente pedagógico y cultural, ya que posiciona el espacio público como aula viva, donde las personas pueden aprender sobre historia local, prácticas comerciales tradicionales, y figuras relevantes del territorio a través de una propuesta narrativa multimedia. Se reconoce así el valor de la tecnología no como un fin en sí mismo, sino como una herramienta para conectar pasado y presente, para vincular lo cotidiano con lo patrimonial, y para construir comunidad desde la diversidad de voces que habitan la ciudad.

El uso de Condorito como figura central no es solo un recurso comunicacional, sino una decisión estratégica que rescata una identidad penquista relegada, devolviendo a este personaje a su lugar de origen y resignificándolo como vehículo de equidad, memoria y orgullo local. Esta acción permite generar una narrativa compartida entre generaciones, apelando tanto a la nostalgia como a la curiosidad, y garantizando un lenguaje accesible y afectivo para públicos diversos, desde niñas/os hasta personas mayores.

Además de fortalecer el reconocimiento simbólico de las mujeres emprendedoras, el objetivo general del proyecto apunta a potenciar su sostenibilidad económica, incrementando el flujo de visitantes a sus locales, mejorando su posicionamiento digital y ampliando sus redes de colaboración.
En este sentido, el proyecto incluye también un componente de capacitación en alfabetización digital,marketing territorial y uso de plataformas de RA, con el fin de empoderar a las emprendedoras como gestoras de su propio relato y usuarias activas de herramientas tecnológicas.

La implementación del proyecto contribuirá a reducir la brecha de género en el uso del espacio público, transformando lugares de paso en escenarios de representación y reconocimiento, donde las mujeres sean visibles, valoradas y celebradas. Asimismo, promueve un enfoque de innovación urbana que no excluye, sino que integra las tradiciones locales con las herramientas del futuro, posicionando a Concepción como una ciudad referente en materia de turismo digital inclusivo, cultura participativa y planificación con enfoque de género.
Este proyecto impulsa una transformación urbana profunda que abarca dimensiones simbólicas, tecnológicas, culturales y económicas. Busca construir una ciudad más justa, donde las mujeres sean parte central del relato urbano, donde la memoria gráfica se reconcilie con el presente, y donde la ciudadanía pueda recorrer el centro no solo con los pies, sino con la imaginación, el conocimiento y el respeto por quienes lo habitan, lo sostienen y lo inspiran.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar e implementar, en etapas, una ruta urbana con realidad aumentada (RA) que conecte emprendimientos liderados por mujeres del centro de Concepción con el espacio público, comenzando por tres intervenciones piloto en el Mercado Central, con proyección hacia galerías, quioscos y la Universidad de Concepción.

- El primer objetivo específico busca diseñar, ejecutar y validar un modelo escalable de innovación urbana basado en realidad aumentada (RA) que conecte el patrimonio cultural, la identidad de género y la actividad económica del centro de Concepción. Esta acción propone una ruta digital urbana, articulada a través de hitos interactivos distribuidos estratégicamente en espacios con alto flujo ciudadano, donde mujeres lideran emprendimientos de relevancia social, económica y cultural.

La primera fase se concentrará en el Mercado Central de Concepción, sitio emblemático y núcleo histórico del comercio local, donde se instalarán tres experiencias piloto que servirán como base técnica y narrativa del proyecto. En estas intervenciones se ubicarán tótems, placas o señaléticas inteligentes con códigos QR y tecnología NFC, capaces de activar cápsulas digitales en RA accesibles desde cualquier dispositivo móvil, sin necesidad de descargar aplicaciones externas. Estas cápsulas presentarán historias de vida, animaciones, audios y recursos gráficos que visibilizan el aporte de mujeres locatarias —floristas, cocineras, vendedoras— que por generaciones han sostenido el corazón cultural y económico del centro penquista.
Cada punto RA será concebido como una interfaz entre el espacio físico y el digital, integrando diseño inclusivo, accesibilidad y contenidos de valor patrimonial. Los elementos físicos se fabricarán con materiales de alta resistencia y estarán acompañados por una estética coherente con la identidad urbana local, respetando el entorno arquitectónico y promoviendo la apropiación comunitaria. Paralelamente, se implementará un sistema de analítica digital en tiempo real, que registrará la cantidad de escaneos, la duración de las interacciones y los patrones de uso, generando datos verificables para la evaluación del impacto.

En una segunda etapa, el proyecto se extenderá hacia las galerías comerciales del centro (Alessandri, Rialto y Diagonal Pedro Aguirre Cerda), espacios donde numerosas mujeres sostienen negocios familiares e informales. En este punto se integrarán nuevas cápsulas RA con entrevistas y relatos audiovisuales que rescaten la memoria femenina del comercio penquista. En una tercera fase, la ruta se expandirá hacia Plaza Perú y la Universidad de Concepción, involucrando cafeterías autogestionadas, ferias culturales y colectivos artísticos. En estos lugares se incorporarán dinámicas

de gamificación, murales interactivos y narrativas híbridas que vinculen arte, tecnología y educación ciudadana.
El impacto esperado incluye un aumento proyectado de entre 500% y 800% en las visitas a los locales participantes y más de 80.000 interacciones anuales en la plataforma WebAR una vez completada la ruta con 15 hitos. Además, se prevé un incremento del reconocimiento público del liderazgo femenino urbano del 20% al 70%, validando la contribución de las mujeres a la identidad de Concepción.
Este objetivo, al conjugar patrimonio, innovación tecnológica y enfoque de género, busca transformar el espacio público en un medio de comunicación activo y participativo. La ruta no solo ofrecerá una experiencia turística y cultural novedosa, sino también una reivindicación simbólica del rol femenino, promoviendo una ciudad más equitativa, inclusiva y representativa.

4. RESUMEN DE RESULTADOS (Máx 500 palabras)

El proyecto “Mujeres que Inspiran Concepción” tiene como objetivo central mejorar la visibilidad y el posicionamiento de los emprendimientos liderados por mujeres en el centro de la ciudad, abordando una problemática histórica vinculada a la inequidad de género y la baja presencia femenina en el espacio público y económico urbano. A pesar de su relevancia, muchas emprendedoras carecen de medios tecnológicos y comunicacionales para destacar en un entorno competitivo. La iniciativa busca revertir esta situación mediante la creación de una ruta urbana digital con tecnología de realidad aumentada (RA), que conecta distintos puntos del centro histórico y comercial, promoviendo una interacción directa entre ciudadanía, cultura y emprendimiento local.

Para medir el impacto del proyecto se propone una evaluación integral basada en tres mecanismos complementarios: analítica digital, encuestas estructuradas y documentación visual.
El primer mecanismo consiste en una plataforma WebAR con sistema de analítica integrada, capaz de registrar en tiempo real los escaneos de los códigos QR instalados en tótems, murales o placas. Esta herramienta permitirá cuantificar la interacción ciudadana, identificar los puntos más visitados, los horarios de mayor flujo y los patrones de uso. A partir de estos datos se podrán distinguir los sectores más atractivos y los comportamientos de los distintos públicos, diferenciando visitantes locales de turistas y generando información clave para la gestión cultural y comercial del centro.

El segundo mecanismo corresponde a la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas tanto a las emprendedoras como al público general, antes y después del lanzamiento del proyecto. Las encuestas a las emprendedoras medirán cambios en la percepción de visibilidad, aumento de clientela, satisfacción con la intervención y aprendizaje en herramientas digitales. En tanto, las aplicadas al público permitirán conocer su nivel de reconocimiento hacia los negocios liderados por mujeres, la valoración del uso de la RA como recurso innovador y el grado de identificación con la narrativa local. Esta información servirá para realizar un análisis comparativo y detectar oportunidades de mejora, fortaleciendo la transparencia y participación de las beneficiarias.

El tercer mecanismo de verificación contempla la recopilación de material fotográfico y audiovisual que documente el proceso de instalación y uso de los elementos físicos de la ruta. Este registro constituirá evidencia visual del alcance urbano del proyecto y permitirá observar la apropiación del espacio público por parte de la comunidad. Además, funcionará como respaldo técnico y comunicacional, mostrando cómo la iniciativa se integra a la dinámica cotidiana de Concepción.

En conjunto, estos tres mecanismos posibilitan una evaluación profunda del impacto real de la intervención, no solo en términos de estadísticas, sino también en la transformación simbólica que genera. El objetivo no se limita a incrementar las visitas o escaneos, sino a propiciar un cambio en la percepción ciudadana sobre el rol de las mujeres emprendedoras y su contribución a la vida urbana. Los resultados de esta evaluación podrán orientar políticas públicas, estrategias municipales y programas de fomento replicables en otros territorios.

En definitiva, "Mujeres que Inspiran Concepción" constituye una intervención tecnológica, cultural y social de carácter transformador, que devuelve a las mujeres su protagonismo en el corazón de la ciudad. A través de la combinación de innovación, equidad de género y cultura

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.-Utilizar los personajes de Condorito, creados por Pepo, como herramienta narrativa y educativa para contar las historias de mujeres emprendedoras locales, integrando patrimonio cultural con perspectiva de género.

2.-El segundo objetivo específico se enfoca en revitalizar el patrimonio cultural penquista mediante la incorporación de los personajes del universo Condorito, creación del ilustrador René "Pepo" Ríos, nacido en Concepción, como herramienta de mediación cultural, educativa y comunicacional dentro de la ruta urbana de realidad aumentada.

Condorito, ícono del humor gráfico latinoamericano desde 1949, constituye un símbolo identitario de alcance global que representa la picardía, sencillez y calidez del pueblo chileno. Sin embargo, pese a su relevancia, su vínculo con Concepción no ha sido integrado activamente al espacio público ni aprovechado como recurso pedagógico o turístico. Esta iniciativa propone resignificar ese legado cultural, articulando narrativas de humor y memoria que promuevan la equidad de género y el reconocimiento de las mujeres emprendedoras que sostienen la vida cotidiana de la ciudad.

A través de experiencias interactivas en RA, los personajes —Condorito, Yayita, Doña Tremebunda, Pepe Cortisona, entre otros— se transformarán en narradores digitales que guiarán al público por la ruta urbana "Mujeres que Inspiran Concepción". Cada cápsula contará historias reales adaptadas al lenguaje del humor gráfico, integrando animaciones, audios y diálogos educativos. Este enfoque permitirá transmitir contenidos culturales complejos de forma lúdica y accesible, fomentando la empatía y la participación de públicos diversos: niños, jóvenes, adultos mayores y turistas.

El valor pedagógico de esta estrategia reside en su capacidad para fusionar cultura popular y educación ciudadana, haciendo que la RA sea más que un atractivo visual: un medio para sensibilizar sobre la igualdad de género y la memoria colectiva. Además, rescata a Condorito como parte viva del patrimonio de Concepción, devolviéndole a la ciudad un ícono que la representa ante el mundo. Desde el punto de vista del impacto social, se espera que la incorporación de Condorito y su universo incremente significativamente la visibilidad mediática del proyecto y fortalezca el sentido de pertenencia local. Se proyecta que, tras el primer año, el reconocimiento ciudadano del liderazgo femenino en el comercio urbano aumente de un 20% a un 70%, impulsado por la identificación emocional y simbólica que genera el personaje. Asimismo, la combinación de humor, historia y tecnología permitirá desarrollar contenidos educativos replicables para escuelas, museos y espacios comunitarios.

Este objetivo, por tanto, no se limita a utilizar personajes populares como recurso visual, sino que los convierte en agentes narrativos y educativos dentro de una propuesta innovadora de diseño urbano. Al integrar patrimonio gráfico, memoria femenina y tecnología, se genera un nuevo lenguaje cultural que conecta el pasado con el presente, transforma la percepción del espacio público y promueve una identidad penquista contemporánea, inclusiva y orgullosa de sus raíces.
En suma, el uso de Condorito en esta ruta no es nostálgico: es estratégico, educativo y transformador, una herramienta para comunicar igualdad desde la sonrisa, la memoria y la innovación.

6. PEER

Planificación	
Problema	Falta de visibilidad y reconocimiento de los emprendimientos liderados por mujeres en el centro de Concepción, lo que limita su desarrollo económico, cultural y simbólico dentro del espacio público urbano. A pesar de su alta participación en la economía local, muchas mujeres emprendedoras carecen de medios tecnológicos, comunicacionales y de infraestructura que les permitan destacarse en un entorno competitivo dominado por dinámicas masculinizadas y por la digitalización acelerada del comercio. Esto genera una brecha de género en el acceso a la innovación y a la visibilidad urbana, dificultando su posicionamiento, el fortalecimiento de redes y el reconocimiento social de su aporte a la identidad y vitalidad del centro de la ciudad. En consecuencia: Los emprendimientos femeninos permanecen invisibilizados en el paisaje urbano. Existe baja valoración ciudadana del rol de la mujer en la economía local (solo el 20% reconoce estos negocios como liderados por mujeres). Hay escaso acceso a herramientas digitales de promoción, innovación y comunicación.
Diagnóstico	El diagnóstico identifica una problemática estructural de inequidad de género en el espacio público y en la representación cultural de la ciudad. A partir de observaciones y estudios locales se evidencia que: Desigualdad de visibilidad: las mujeres emprendedoras del centro (mercado, galerías, ferias, quioscos) sostienen gran parte de la

	actividad comercial, pero no son reconocidas ni mediáticamente ni por el público general. Baja apropiación tecnológica: la mayoría carece de formación o recursos para incorporar herramientas digitales (códigos QR, redes sociales, RA, etc.) a sus estrategias de difusión o venta. Escasa presencia simbólica femenina en la narrativa urbana: la ciudad carece de relatos, señaléticas o experiencias que visibilicen a las mujeres como agentes culturales y económicos activos. Débil conexión entre patrimonio local e innovación: Concepción posee un rico patrimonio cultural (como Condorito, creado por Pepo), pero éste no se integra al espacio público ni a estrategias de desarrollo con perspectiva de género. Frente a este contexto, surge la necesidad de diseñar una intervención urbana innovadora que combine tecnología, patrimonio e igualdad de género, para resignificar los espacios cotidianos y devolver protagonismo a las mujeres que históricamente los han sostenido.
Planificación	Etapa 1 / Gestión de Implementación; Búsqueda de Emprendedoras, Desarrollo de 3D animaciones , / Graficas ,y Validación con Licencia. Etapa 2/ revisión de Graficas Implementación Realidad Aumentada. Etapa 3 / Difusión, Implementación
Objetivos comprometidos	Desarrollo Realidad Aumentada con personajes de Condorito de 3 puntos estratégicos para dar visibilidad al proyecto y Emprendedoras de la cuidad de Concepción

Indicadores del proyecto	
Cuantitativos	Cualitativos
Visitas a cada punto de la ruta (local + QR). Se medirá el número total de escaneos y accesos a la experiencia de Realidad Aumentada de forma mensual. El registro se	Realizar Visibilidad a los puntos implementados con Ruta digital Visibilidad de las emprendedoras participantes. Se busca aumentar el reconocimiento y fortalecer la identidad comercial de las

realizará mediante analítica digital WebAR y seguimiento de códigos QR. Fotografías con Condorito a tamaño real (selfis). Se contabilizará la cantidad de fotografías tomadas y descargadas por los usuarios durante el recorrido. Este indicador se obtendrá a partir de las métricas generadas por la plataforma y de la interacción registrada en redes sociales. Videos grabados en cada punto. Se medirá el total de videos creados o compartidos por los usuarios en cada punto de la ruta. La información se levantará mediante herramientas de analítica y el seguimiento de hashtags oficiales asociados al proyecto. Alcance en redes sociales (RRSS). Se evaluarán las impresiones totales y el alcance orgánico y pagado de los contenidos vinculados a la ruta. La medición se realizará a través de Meta Business Suite e Instagram Analytics. Participación del público local y turistas. Se registrará el número de participaciones mensuales, junto con su aumento trimestral, diferenciando público local y visitantes. Este indicador se medirá mediante encuestas breves aplicadas en los puntos físicos del recorrido. Crecimiento de locales involucrados. Se proyecta iniciar con tres locales piloto y avanzar hacia una meta futura de diez o más puntos activos. Este crecimiento será documentado mediante un registro formal de expansión del proyecto.	emprendedoras que forman parte del proyecto. Este indicador será evaluado mediante entrevistas y encuestas de satisfacción aplicadas a las participantes. Incremento en la presencia digital de los negocios. El proyecto apunta a fortalecer la percepción de marca y el valor cultural de los negocios en entornos digitales. Este impacto se medirá a través de un análisis comparativo de redes sociales antes y después de la implementación de la ruta. Percepción del impacto cultural. Se espera que los usuarios reconozcan el valor histórico y patrimonial del rol femenino en el territorio. Este aspecto será documentado mediante registros narrativos y la recopilación de testimonios. Experiencia del usuario con la ruta digital. Se evaluará la facilidad de uso, el nivel de interacción y el disfrute general de la experiencia digital. La medición se realizará mediante test de usabilidad y herramientas de evaluación emocional (*emotion check*). Conexión del público con el patrimonio penquista. Se buscará identificar el grado de apropiación cultural y fortalecimiento de la identidad local. Este indicador se analizará a través de mapeo emocional y comentarios registrados por los usuarios.
Responsables	**Alexis Rozas G.** Dirección y coordinación general del proyecto. Supervisión de producción, levantamiento territorial y ejecución piloto.
Socios estratégicos (red de colaboración)	*PD: Pueden ser adicionales a los directamente involucrados con el proyecto.*

Municipalidad de Concepción, Colaboración territorial, permisos, difusión cultura. Cámara de Comercio de Concepción, Enlace con emprendedoras y locales comerciales. SERNATUR Concepción Promoción turística + visibilización regional del proyecto. WORLD EDITORS CHILE S.A.Condorito.com Licencia Condorito.	Carteras Verónica, Galería Alessandri Diseño y venta de carteras/marroquinería. Cocinería Doña Silvita, Mercado Central de Concepción, Gastronomía tradicional penquista. Lencerías Ellas, Galería Caracol, Indumentaria femenina identidad, cuerpo y diseño

Ejecución	
Fases de ejecución del proyecto 1. Diagnóstico y levantamiento territorial 2. Diseño narrativo y conceptual de la Ruta Digital 3. Producción de contenido RA 4. Implementación técnica en territorio 5. Testeo + iteración con usuarios reales 6. Lanzamiento oficial y difusión masiva	Identificación de puntos estratégicos, emprendedoras participantes y evaluación de factibilidad técnica para RA. 2–4 semanas, Selección de 3 puntos piloto + registro fotográfico y briefing de cada caso. Desarrollo de storytelling, guión visual RA, integración con identidad penquista y construcción del personaje guía. 3–4 semanas, Lineamiento gráfico + guion del recorrido + voz/instrucciones RA. Creación de modelos, animaciones, avatares de Condorito, assets gráficos y audios para experiencia. 4–8 semanas, Plataforma funcional + escenas RA listas para testeo. Instalación de señalética QR, activación del sistema WebAR, capacitación a comerciantes. 2 semanas, Ruta operativa versión piloto. Pruebas de interacción, experiencia de usuario (UX), medición de accesibilidad y comprensión. 2–4 semanas, Ajustes finales, mejoras de navegación y accesibilidad. Activación pública del recorrido — hito inaugural, prensa, RRSS y ejecución de estrategia digital. Evento 1 día + campaña 30 días, Aumento de tráfico y visibilidad a los puntos participantes.

7. Escalamiento y expansión	Extensión progresiva de la ruta a nuevas emprendedoras y galerías urbanas. Tramo 2 y 3 mediano plazo, Ruta completa con 10–12 puntos conectados.
Registros y evidencias	Registro fotográfico y audiovisual de locales y emprendedoras, Cámara, móvil, de registro audiovisual. Interacciones RA (escaneos QR), Analítica numérica por punto y fecha, WebAR analytics QR tracking. Videos y fotografías generadas por usuarios, Capturas compartidas con hashtags oficiales. Registro del proceso de diseño RA, Bitácora digital con avances semanales, Notion / Drive / Trello , Capturas compartidas con hashtags oficiales, Encuestas breves en puntos y formularios online, Google Forms + fichas manuales. Informes de expansión, Actas de reuniones con aliados + reportes mensuales, Drive carpeta Proyecto Ruta RA

Indicadores del proyecto	
Cuantitativos	Cualitativos
Escaneos QR en cada punto, 200 visitas promedio mensual por local, WebAR Analytics. Fotografías y videos generados, +300 registros mensuales compartidos con #MujeresQueInspiran, Métricas RRSS. Nuevas emprendedoras integradas, 3 iniciales ,meta 10–12 hitos ,Registro de incorporación Nuevas emprendedoras integradas. Se contempla iniciar con 3 emprendedoras incorporadas, con una meta de alcanzar entre 10 y 12 hitos definidos a lo largo del proceso. El seguimiento se realizará mediante un registro de incorporación. Alcance digital de la campaña en redes sociales (RRSS). El objetivo es lograr más de 20.000 impactos en un período de 30 días. La medición y el análisis de resultados se efectuarán a través de Meta Business Suite.	Percepción del usuario sobre la experiencia de Realidad Aumentada (RA). Se espera que los usuarios perciban una experiencia altamente inmersiva, con una navegación fácil e intuitiva. Esta percepción será evaluada mediante encuestas aplicadas después de la visita. Impacto en la visibilidad de las emprendedoras. El proyecto busca generar una mayor recordación y preferencia por los locales participantes. Este impacto será medido a través de entrevistas y la recopilación de feedback directo de las comerciantes. Reconocimiento cultural penquista. Se pretende que los recorridos se asocien de manera clara con la identidad local de Concepción. Este aspecto será analizado mediante mapeo emocional y observación directa de los usuarios.

Recorridos completos de la ruta. Se espera alcanzar más de 150 usuarios durante el primer mes, con un crecimiento estimado del 20 % mensual. El control se llevará a cabo mediante un sistema de tracking y una encuesta final a los usuarios.	Satisfacción del visitante con la narrativa de Condorito. Se espera lograr una conexión emocional y lúdica con los visitantes a través del storytelling. La evaluación se realizará mediante un análisis cualitativo del relato y las experiencias recogidas. Contribución al turismo urbano. La ruta aspira a ser valorada como un atractivo propio de la ciudad de Concepción, fortaleciendo su oferta turística urbana. Este resultado será documentado y sistematizado en un reporte final. Percepción del usuario sobre la experiencia de Realidad Aumentada (RA). Se espera que el usuario experimente un alto nivel de inmersión junto con una navegación fácil e intuitiva. Este aspecto será evaluado a través de encuestas aplicadas posterior a la visita. Impacto en la visibilidad de las emprendedoras. El proyecto busca generar una mayor recordación de marca y preferencia por los locales de las emprendedoras participantes. Este impacto se medirá mediante entrevistas y la recopilación de feedback directo de las comerciantes. Reconocimiento cultural penquista. El recorrido pretende fortalecer la asociación con la identidad local de Concepción. Este reconocimiento será analizado a través de mapeo emocional y observación del comportamiento de los usuarios. Satisfacción del visitante con la narrativa de Condorito. Se espera lograr una conexión emocional y lúdica con los visitantes a través del uso del storytelling vinculado a Condorito. La evaluación se realizará mediante un análisis cualitativo de la narrativa. Contribución al turismo urbano. La ruta busca posicionarse como un atractivo propio de la ciudad de Concepción, aportando a la diversificación del turismo urbano. Este

	resultado será sistematizado en un reporte final.

Evaluación con evidencias de resultados y productos	
Seguimiento de resultados	Evaluación UX de la ruta digital. Se realizará una evaluación de la experiencia de usuario a los 30, 60 y 120 días desde la implementación. Este proceso incluirá test de experiencia y la iteración de la interfaz para mejorar su usabilidad y efectividad. Informe global de avance. Cada semestre se elaborará un documento consolidado que dé cuenta del impacto del proyecto y sus proyecciones, permitiendo evaluar el progreso general y orientar futuras decisiones.
Evaluación del cumplimiento	Ruta piloto activa con tres puntos. La ruta contará con un 100 % de habilitación de sus puntos piloto, incluyendo señalética instalada, códigos QR operativos y una experiencia de Realidad Aumentada completamente funcional. Alcance territorial y turístico. Se proyecta superar las 20.000 visualizaciones durante el primer mes de implementación, considerando tanto el alcance orgánico como los reportes provenientes de Sernatur y otros organismos vinculados al turismo. Participación ciudadana. Se espera alcanzar más de 150 recorridos completos mensuales. Este indicador será medido mediante encuestas finales a los usuarios y el seguimiento del uso de los códigos QR. Visibilidad de emprendedoras destacadas. El proyecto busca generar un alto nivel de recordación de los locales participantes. Este resultado será evaluado a través de indicadores de audiencia y mediciones de percepción del público. Expansión de la ruta. Se contempla la incorporación progresiva de entre 7 y 10 nuevos puntos a la ruta. Este proceso será documentado mediante un informe de expansión progresiva.

	Permanencia y continuidad. Se espera mantener un tráfico de usuarios estable en el tiempo, evaluando la sostenibilidad del proyecto a los 6 y 12 meses de implementación.

Retroalimentación	
Análisis de los resultados	El proyecto evidenció una buena recepción por parte del público y de las emprendedoras participantes. El uso de la realidad aumentada permitió generar un vínculo emocional y lúdico con la comunidad, lo que se reflejó en el volumen de interacciones registradas y en el interés manifestado durante el pilotaje. El recorrido digital mostró ser una herramienta efectiva para visibilizar emprendimientos femeninos e impulsar la circulación dentro del centro de Concepción, fortaleciendo la identidad comercial y cultural del territorio. Los datos obtenidos a partir de escaneos QR, publicaciones en redes y encuestas permitieron identificar patrones de uso, tiempos de permanencia y conexión del usuario con la narrativa y estética visual del proyecto.
Oportunidades de mejora	Interacción y duración del recorrido. Se propone incorporar elementos de gamificación, como misiones, recompensas o medallas digitales, con el objetivo de aumentar la retención de usuarios y fomentar la repetición de visitas a la ruta. Señalética en puntos físicos. Se plantea incrementar el tamaño y la visibilidad del material QR, además de incorporar iconografía clara y reconocible, para facilitar el acceso y la identificación rápida de cada punto de Realidad Aumentada. Difusión del proyecto. Se busca ampliar la estrategia de difusión digital e incorporar activaciones urbanas presenciales, con el fin de aumentar el alcance del proyecto y el flujo de visitantes a la ruta.

	Inclusión de datos interpretativos. Se recomienda agregar capas adicionales de información histórica o social en los contenidos, lo que permitirá profundizar el valor cultural y educativo del recorrido. Métricas longitudinales. Se propone instalar un sistema de seguimiento a 6 y 12 meses que permita validar la permanencia, sostenibilidad e impacto real del proyecto en el tiempo.
Fortalezas del proyecto	Innovador al conectar tecnología + patrimonio + comercio local. Alto potencial de expansión escalable y replicable a otras zonas urbanas. Uso del personaje Condorito, elemento de identidad cultural con alto nivel de recordación. Vínculo directo con el público desde lo emocional y lo experiencial. Fortalece la visibilidad y empoderamiento económico de mujeres emprendedoras. Favorece el turismo local y aporta valor a la imagen ciudad de Concepción.
Proyecciones (dar cuenta de nuevas implementaciones del proyecto y ajustes realizados para su continuidad y mejora) El proyecto se encuentra en una etapa sólida para expandirse territorialmente hacia nuevos puntos, mejorando la experiencia interactiva con mayor inmersión visual, capas narrativas y elementos de participación activa del usuario. Se proyecta la integración de métricas más profundas que permitan evaluar no solo el flujo de visitantes, sino también el impacto económico directo en los comercios participantes y su proyección comercial futura. Visitas presenciales a locales piloto. Se medirá la cantidad de usuarios que ingresan a los locales antes y durante la ejecución del proyecto, con el fin de identificar variaciones en el flujo de visitas. Este indicador será registrado mediante conteo manual y	¿Se incubó un Emprendimiento? Potencial para incubar una línea turística digital o una agencia que gestione rutas RA patrimoniales. ¿Hay transferencia a un socio que use o vaya usar la solución de manera permanente? Posible transferencia a Municipalidad, Cámara de Comercio, Licencia, Sernatur para continuidad operativa y ¿Hay una medición de lo anterior? Se sugiere implementar KPI de continuidad, flujo anual y retorno comercial para validar sostenibilidad.

seguimiento semanal realizado por cada comerciante. Escaneos de códigos QR. Se contabilizará el total de activaciones de Realidad Aumentada por día, semana y mes. La medición se realizará a través de herramientas de analítica WebAR y un panel de métricas automatizadas. Visitas presenciales a locales piloto. Se medirá la cantidad de usuarios que ingresan a los locales antes y durante la ejecución del proyecto, con el objetivo de identificar cambios en el flujo de visitantes. Este indicador se registrará mediante conteo manual y seguimiento semanal realizado por cada comerciante. Escaneos de códigos QR. Se contabilizará el total de activaciones de Realidad Aumentada por día, semana y mes. La medición se realizará a través de herramientas de WebAR Analytics y un panel de métricas automatizadas. Tiempo promedio de permanencia del visitante. Se evaluará el tiempo, en minutos, que los usuarios permanecen dentro del recorrido o del local visualizando productos y contenidos. Este indicador se obtendrá mediante observación directa y encuestas rápidas aplicadas a los usuarios. Recorridos completos entre puntos. Se registrará el número de usuarios que finalizan tres o más hitos del recorrido. La medición se realizará a través de un sistema de tracking de Realidad Aumentada o mediante un formulario final de cierre del recorrido. Impacto Económico Directo en Comercios Participantes El impacto comercial se analizará mediante variables económicas antes, durante y después de la intervención. Los siguientes	

indicadores permiten visualizar beneficios concretos: Aumento de ventas. Se medirá la variación porcentual diaria y mensual de las ventas, con una meta de incremento estimada entre un 10 % y un 30 % durante los primeros tres meses del proyecto. El análisis se realizará mediante un corte comparativo de caja antes y después de la implementación. Nuevos clientes captados. Se evaluará el número de clientes nuevos en relación con los clientes recurrentes, con el objetivo de lograr un crecimiento sostenido mes a mes. Este indicador se medirá a través de una encuesta corta aplicada en el punto de venta, con la pregunta "¿Cómo conociste el local?". Aumento de ventas. Se medirá la variación porcentual diaria y mensual de las ventas, con una meta de incremento estimada entre un 10 % y un 30 % durante los primeros tres meses del proyecto. El análisis se realizará mediante un corte comparativo de caja antes y después de la implementación. Nuevos clientes captados. Se evaluará el número de clientes nuevos en relación con los clientes recurrentes, buscando un crecimiento sostenido mes a mes. Este indicador se medirá a través de una encuesta corta aplicada en el punto de venta con la pregunta "¿Cómo conociste el local?". Ticket promedio por compra. Se analizará el monto promedio de gasto por cliente, esperando una tendencia al alza asociada a la mayor visibilidad generada por la experiencia de Realidad Aumentada. La información se obtendrá a partir del registro de caja y planillas de venta. Productos más demandados post-ruta. Se identificará la categoría de productos con mayor nivel de ventas luego de la implementación de la ruta, con el fin de reorientar la oferta según la demanda observada. Este análisis se realizará mediante	

la evaluación de stock y de las ventas recepcionadas. Proyección Comercial Futura Con el éxito del piloto, el proyecto permite visualizar un crecimiento sostenible a nivel económico y turístico. Proyecciones en el corto y mediano plazo: Ampliación del número de locales con RA mayor red económica conectada. Formación de una Ruta Comercial Femenina Permanente asociada a marca ciudad. Programas de promoción turística con temporada alta (verano/fiestas hito). **Proyección económica estimada (escenario a 12 meses):** Escenario conservador. Se proyecta un flujo estimado de entre 200 y 400 usuarios mensuales por punto, lo que podría traducirse en un aumento de ventas de entre un 5 % y un 10 %. Escenario óptimo (con difusión activa). Con una estrategia de difusión constante y activa, se estima alcanzar entre 800 y 1.200 usuarios mensuales por punto, generando un incremento de ventas proyectado entre un 15 % y un 35 %. Escenario escalado (con 10 o más puntos activos). En un escenario de expansión de la ruta, se proyecta alcanzar aproximadamente 3.000 usuarios mensuales acumulados, consolidando la ruta como un producto con potencial turístico sostenible. Ventas complementarias. Además del impacto directo en los locales, se contempla la generación de ventas vinculadas a merchandising, experiencias guiadas o tours con Realidad Aumentada.	

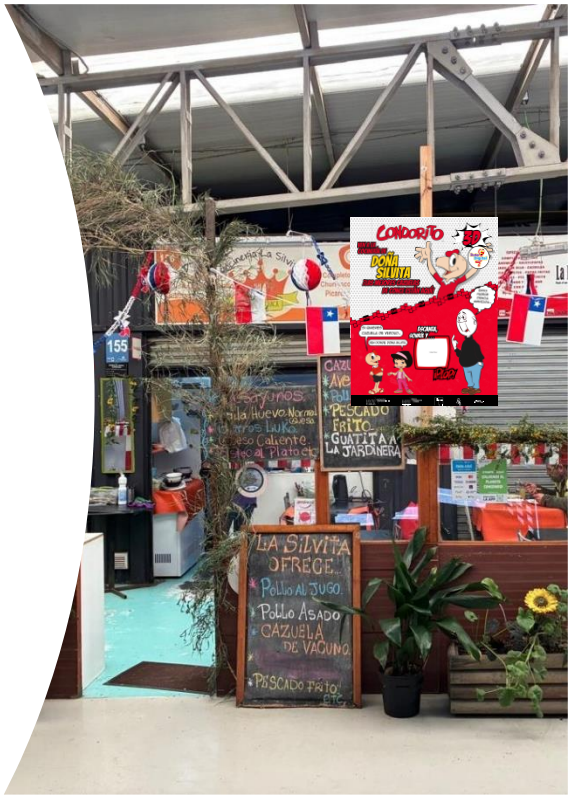
7. RESPALDO AUDIOVISUAL

- Foto o imagen principal
- Video Pitch de 20 HASTA 40 segundos
- Comentarios/Testimonios reales con la experiencia del cliente /escrito, audio o video


CONDORITO
3D
¡AQUÍ SE COME LO MEJOR DE CONCE!
¡PLOP!
¡PLOP!
¡DESCUBRA ESTA MODERNIDÁ Y SALGA EN LA FOTO CONMIGO!

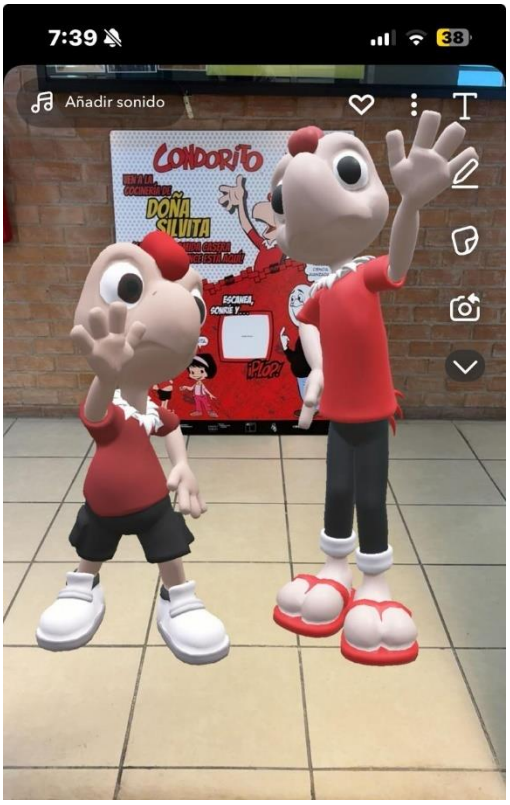

CONDORITO
3D
¡AQUÍ SE COME LO MEJOR DE CONCE!
¡PLOP!
¡PLOP!
¡DESCUBRA ESTA MODERNIDÁ Y SALGA EN LA FOTO CONMIGO!


CONDORITO
3D
¡AQUÍ SE COME LO MEJOR DE CONCE!
¡PLOP!
¡PLOP!


CONDORITO
3D
DOÑA SILVITA
LA SILVITA OFRECE...
Pollo Al Jugo
Pollo Asado
Cazuela de Vacuno
Pescado Frito
Etc.


CONDORITO
3D
VEN A LA COCINERÍA DE
DOÑA SILVITA
¡LA MEJOR COMIDA CASERA DE CONCE ESTÁ AQUÍ!
Ruta Digital
ESCANEA, SONRÍE Y...
SI QUIERES COMIDA DE VERDAD...
VEN DONDE DOÑA SILVITA
ESTO PARECE CIENCIA AVANZADA...
¡PLOP!


VAMOS
CONDORITO
DOÑA SILVITA


7:39
Añadir sonido
CONDORITO
DOÑA SILVITA


CONDORITO
Ruta Digital
QUÉ PASARÁ SI ESCANEAS ESTO?
¡NO TE QUEDES CON LA DUDA Y DESCÚBRELO!
ESCANEA, SONRÍE Y...
¡PLOP!
SANTO TOMÁS
©WEd.


Añadir sonido
CONDORITO
QUÉ PASARÁ SI ESCANEAS ESTO?
¡NO TE QUEDES CON LA DUDA Y DESCÚBRELO!
ESCANEA, SONRÍE Y...
¡PLOP!


CONDORITO
QUÉ PASARÁ SI ESCANEAS ESTO?
¡NO TE QUEDES CON LA DUDA Y DESCÚBRELO!
ESCANEA, SONRÍE Y...
¡PLOP!


CONDORITO
CARTERAS VERÓNICA:
AQUÍ YAYITA VIENE
POR UNA CARTERA...
Y SALE CON 3
¡PLOP!
USALA AQUI
RIPLEY
sincontacto


CONDORITO
CARTERAS VERÓNICA:
AQUÍ YAYITA VIENE
POR UNA CARTERA...
Y SALE CON 3
¡PLOP!
Yayita_RutaDigi
tal


CONDORITO
3D
¡CON TANTA TECNOLOGÍA, SEGURO ME CAMBIAN HASTA LA CARA!
¡NO SE PREOCUPE, PEPE, QUE MILAGROS TODAVÍA NO HACE!
ESCANEA, SONRÍE Y...
Código QR Aquí
¡NO TE QUEDES CON LA DUDA Y DESCÚBRELO!
¡PLOP!
Ruta Digital
SANTO TOMÁS
INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO
SANTO TOMÁS
ÁREA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO
©WEd.


CONDORITO
3D
tarea mutua


CONDORITO
3D
SALIÓ DE LA REVISTA PARA CONOCERLO A USTED
Ruta Digital
ESCANEA, SONRÍE Y...
Código QR Aquí
¡PLOP!
SANTO TOMÁS
INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO
SANTO TOMÁS
ÁREA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO
©WEd.


A USTED