ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”

ECOPESCA

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

AUTORES:

SAMANTHA ALYSSA BRAVO LANFRANCO
https://orcid.org/0009-0009-8699-7553

RENATO ORLANDO CASTILLO BRIONES
https://orcid.org/0009-0009-9124-9509

Asesor
JONATAN FREDDY SAYÁN CHUMBIRIZO
https://orcid.org/0000-0002-3436-5249

Lima - Perú
2025

TURNITIN 2.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:434666897

Submission Date
Feb 27, 2025, 4:02 PM GMT-5

Download Date
Feb 27, 2025, 4:31 PM GMT-5

File Name
TURNITIN 2.pdf

File Size
59.3 MB

85 Pages

11,624 Words

65,085 Characters

6% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

5% Internet sources
1% Publications
4% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El presente proyecto, Ecopesca, busca abordar la falta de concienciación sobre el impacto ambiental de la pesca industrial en los pobladores del distrito de Chorrillos. A través de una marca digital de venta de pescado sostenible, se busca garantizar la trazabilidad del producto y fomentar el consumo responsable. Esta propuesta responde a la necesidad de ofrecer alternativas accesibles y confiables para la compra de productos pesqueros de origen artesanal, promoviendo así prácticas de consumo más sostenibles.

La metodología utilizada se basó en el enfoque Toulouse Thinking, lo que permitió desarrollar una estrategia centrada en nuestro usuario objetivo. Se aplicaron técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, incluyendo la observación, entrevistas, encuestas, talleres generativos y pruebas de validación del prototipo digital. Estas herramientas facilitaron la identificación de necesidades, la ideación de soluciones y la optimización del modelo de negocio.

Ecopesca es una marca digital que funciona como intermediaria entre consumidores y productos de procedencia de la pesca sostenible. A través de su tienda online, los usuarios pueden adquirir productos con garantía de procedencia, asegurando calidad y responsabilidad ambiental. Además, se implementó una estrategia de educación y concienciación digital mediante contenido en redes sociales y dentro de la misma plataforma, con el fin de informar sobre el impacto del consumo de pescado y fomentar decisiones más responsables.

En el proceso de validación, se realizaron pruebas con usuarios potenciales para evaluar la experiencia de compra y la recepción de la idea y contenido. Los resultados mostraron interés en el acceso a productos sostenibles. Se identificó que los consumidores están dispuestos a cambiar sus hábitos de compra si cuentan con opciones claras y accesibles de consumo de alimentos.

En conclusión, Ecopesca demuestra ser una solución viable para fomentar la pesca sostenible y mejorar la relación entre consumidores y proveedores

responsables. Como próximos pasos, se plantea la optimización de la plataforma, la expansión a otros distritos con una estrategia con pauta publicitaria para el posicionamiento de Ecopesca y la implementación de incentivos para fidelizar a los clientes, consolidando así el modelo de negocio.