ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

ECOMATCH

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:
ANDREA YOLANDA ZAMORA QUISPE
https://orcid.org/0009-0004-8723-1342

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:
VALERY LUZ LLAVE GAMARRA
https://orcid.org/0000-0002-3276-5302

Asesor
JUAN JOSEHP SOLIS VARGAS
https://orcid.org/0000-0002-1350-0405

Lima - Perú
2025

TURNITIN-1_compressed PPT semana 10.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:464211996

Submission Date
Jun 2, 2025, 8:58 PM GMT-5

Download Date
Jun 2, 2025, 9:12 PM GMT-5

File Name
TURNITIN-1_compressed PPT semana 10.pdf

File Size
9.0 MB

133 Pages

42,556 Words

233,967 Characters

3% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

2% Internet sources
1% Publications
2% 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 proyecto denominado “EcoMatch” emerge como una reacción ante la problemática vinculada con la escasa aprehensión del carácter distintivo de los bienes sostenibles por parte de los consumidores eventuales ubicados en la zona 7 de Lima Metropolitana por ende aunque el fervor hacia el consumo consciente ha ido en aumento persiste un número considerable de individuos que no logra discernir la aptitud de estos productos para colmar sus requerimientos personales con una eficacia equiparable o incluso superior a la de los bienes tradicionales por lo cual esta disociación entorpece la demanda y en consecuencia obstaculiza la expansión de los emprendimientos que se orientan hacia la sostenibilidad así pues esta iniciativa se inserta dentro del eje estratégico de consumo y manufactura responsables y mantiene una consonancia estrecha con los Objetivos de Desarrollo Sostenible particularmente con el ODS 15 y su aspiración 15.9 que aboga por la incorporación de los principios ecosistémicos y la diversidad biológica en los esquemas de planeamiento y evolución.

EcoMatch persigue como finalidad satisfacer una carencia puntual del mercado por ende se orienta a proporcionar a los consumidores un acceso expedito a información diáfana fidedigna y ajustada a sus intereses sobre productos sostenibles mientras que simultáneamente brinda a los emprendimientos autóctonos una vitrina eficaz para comercializar sus artículos de forma equitativa en ese sentido el segmento al que se dirige está integrado primordialmente por individuos con capacidad adquisitiva intermedia a elevada que se inclinan por un estilo de vida saludable y armónico con el entorno así como por pequeños emprendedores de origen local que demandan una visibilidad acrecentada por consiguiente enfrentar esta disyuntiva resulta esencial dado que subsanar la fisura perceptiva facilitará la consolidación de una cultura de consumo deliberado que beneficie tanto al progreso económico territorial como a la salvaguarda del entorno natural.

En cuanto al enfoque metodológico se recurrió a técnicas de índole cualitativa tales como la observación directa en espacios de comercialización y ferias junto con la ejecución de once entrevistas exhaustivas a protagonistas del entramado sostenible incluyendo tanto a emprendedores como a consumidores en consecuencia mediante el examen de la información recopilada se delinearon arquetipos y se extrajeron hallazgos cardinales que fueron corroborados y ampliados en el transcurso de un taller generativo con usuarios auténticos más

adelante se dio forma a un prototipo inicial de carácter navegable acompañado de una página de aterrizaje que fueron empleados en ejercicios de validación con consumidores eventuales.

La esencia de la propuesta de valor de EcoMatch se halla en posibilitar que los consumidores logren una comprensión profunda y una vinculación significativa con el carácter singular de los productos sostenibles mediante una vivencia de compra digital deliberada e individualizada por ello esta solución se concreta en una aplicación móvil que orienta al usuario a través de un asistente virtual denominado “Lumi” el cual lo conduce por un itinerario modelado según sus hábitos cotidianos y requerimientos particulares así pues la plataforma exhibe los productos mediante fichas visuales de carácter interactivo que integran tanto beneficios funcionales como repercusiones ecológicas además incorpora un “semáforo EcoMatch” que transmite con nitidez las propiedades esenciales del producto de este modo la dinámica del servicio incluye también componentes de ludificación como desafíos gratificaciones y sugerencias ajustadas que incentivan la recompra y robustecen la fidelización del usuario. Durante el transcurso del proceso se esbozaron diversas conjeturas fundamentales entre ellas se planteó que los consumidores no desestiman los productos sostenibles sino que no logran aprehender su auténtico valor asimismo se propuso que una experiencia de compra acompañada y emocionalmente resonante puede incidir en sus decisiones de adquisición y adicionalmente se sostuvo que al resaltar tanto los beneficios individuales como los ecológicos se potencia la inclinación a consumir dichos productos en consecuencia estas suposiciones fueron corroboradas a través de interacciones digitales con usuarios experimentaciones de navegación dentro del MVP y observaciones del comportamiento frente a distintos estímulos tanto visuales como funcionales. Los frutos de la constatación resultaron alentadores por lo tanto los individuos manifestaron aprecio hacia la nitidez del contenido la resonancia afectiva suscitada por los relatos vivenciales y la provechosidad del autómata conversacional así pues emergieron igualmente posibilidades de perfeccionamiento en la estética gráfica y en la manejabilidad desde dispositivos portátiles en consecuencia los indicadores de interacción evidenciaron un interés genuino por el empleo de la interfaz y ratificaron que los posibles adquirentes se inclinan por una vivencia comercial individualizada y acompañada de este modo uno de los descubrimientos de mayor trascendencia fue la acogida del “semáforo EcoMatch” como artefacto icónico digno de crédito y beneficioso para la deliberación decisional.

En síntesis la gestación de EcoMatch ha evidenciado que al transmutar el significado de la sostenibilidad en una vivencia diáfana operativa y con carga afectiva se logra suscitar un vínculo auténtico entre el usuario final y el artículo por ello esto no únicamente estimula el consumo deliberado sino que además robustece a las iniciativas sustentables de índole local así

pues las etapas venideras del proyecto contemplan el perfeccionamiento del MVP a partir de las observaciones recolectadas la expansión del conjunto de usuarios y cómplices estratégicos y la elaboración de tácticas de crecimiento que posibiliten la multiplicación del influjo social pecuniario y ecológico de EcoMatch hacia otras áreas citadinas del territorio nacional en consecuencia se instaurará un mecanismo de seguimiento permanente con el propósito de escrutar métricas de conversión adherencia e incidencia ambiental originada.

Por último se constató que la iniciativa converge con el ámbito estratégico de Tecnología ambiental sostenible dado que fomenta pautas de adquisición responsables a través de un instrumento digital que propicia la vinculación con bienes respetuosos del entorno natural por ello también se inscribe en la esfera económica del Comercio al constituir una interfaz que estimula tanto la proyección como la transacción de artículos sostenibles concebidos por emprendimientos autóctonos así pues se revitaliza el entramado económico desde una óptica reflexiva y vanguardista

.