ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

CHORRIPESCA

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:
MELISSA RODRÍGUEZ CARRERA
https://orcid.org/0000-0002-0664-9236

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

AUTOR:
JOHAN ALONSO DIAZ FLORES
https://orcid.org/0000-0001-5580-8232

Asesor
FABIO ERNESTO ARIZA VELASCO
https://orcid.org/0000-0002-9358-8530

Lima - Perú
2025

TURNITIN 1 - EQUIPO 4.pptx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:456084908

Submission Date
May 5, 2025, 9:52 PM GMT-5

Download Date
May 5, 2025, 10:47 PM GMT-5

File Name
TURNITIN 1 - EQUIPO 4.pptx

File Size
21.8 MB

55 Pages

29,871 Words

157,239 Characters

2% 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
0% Publications
1% 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

Chorripesca es un proyecto que busca revalorizar la pesca artesanal sostenible en el Mercado pesquero artesanal de Chorrillos ya que aborda el problema al fomentar prácticas más equitativas y conscientes gracias a canales digitales para resolver la baja demanda, la escasa exposición del mercado y la falta de presencia digital. Los trabajadores enfrentan dificultades para sostener su negocio y adaptarse a nuevas formas de consumo, lo que en consecuencia, los ingresos de los comerciantes y pescadores artesanales se ven limitados.

Nuestra propuesta se relaciona con la ODS 14.7, tiene como objetivo aumentar los beneficios económicos derivados del uso sostenible de los recursos marinos, el plan se basa en el desarrollo económico local sostenible; la venta directa de productos marinos y la pesca artesanal constituyen la actividad económica en cuestión.

Las herramientas que aumenten su visibilidad, colocación y acceso a nuevos clientes beneficiarán directamente a los actores principales que está formado por pescadores y comerciantes del mercado artesanal de Chorrillos. No obstante, se prevé que repercuta en los consumidores que aprecian el comercio justo y la frescura de los productos, así como en la comunidad local, al reforzar el mercado como centro cultural y turístico.

La estrategia de investigación en el proyecto fue Toulouse Thinking, esta es una metodología de innovación para brindar soluciones hacia los problemas en beneficio de la sociedad. Las cuatro etapas de este enfoque son la investigación, la ideación, el desarrollo y la transferencia, estas se aplicaron de manera secuencial. En la etapa de investigación se recopilaron datos sobre el estado actual del muelle y memorias de los actores involucrados; siguiendo con la etapa de ideación en donde se generaron una variedad de propuestas para comunicar el valor agregado y el contexto cultural del producto; luego dentro de la fase de desarrollo se permitió aterrizar las pruebas pilotos de las ventas; y finalmente en la etapa permitió implementar la propuesta de una forma tangible en el entorno y se evaluó el impacto para un posible escalamiento.

Se realizó una investigación profunda basada en entrevistas y visitas al terminal lo que permitió identificar con precisión a los actores implicados y conocer a fondo sus necesidades. Por otro lado, la creación de prototipos digitales, la validación de estas soluciones con usuarios reales, también se empleó la herramienta colaborativa Miro lo que permitió el trabajo en conjunto facilitando la organización de ideas innovadoras y propuestas que pudieron ponerse en práctica.

A través de una estrategia digital adaptada al Mercado Pesquero Artesanal de Chorrillos, Chorripesca ofrece una solución para reactivar la pesca artesanal. Creamos campañas en redes, una identidad visual, material audiovisual, presencia en redes sociales y una oferta de servicio de entrega a domicilio a disposición de los clientes. Para dar a

conocer el mercado se utilizaron herramientas digitales preferidas por los usuarios; se crearon contenidos audiovisuales para Instagram y Tik Tok y además, se utilizó el medio de comunicación directo preferido por los clientes, WhatsApp, esto permitió estar en contacto permanente con los clientes, ganarse su confianza e incluso poder llegar a nuevos usuarios interesados.

La principal hipótesis del proyecto es que el Mercado Pesquero Artesanal de Chorrillos se haría más visible, aumentando las ventas y fortaleciendo su identidad, con un enfoque visual y digital adaptado al contexto local. Para su validación se crearon materiales gráficos y audiovisuales, se colaboró directamente con pescadores y comerciantes y se pusieron en marcha ventas experimentales por WhatsApp. Gracias a estos ejercicios, pudimos evaluar la receptividad de los usuarios y modificar el plan para adaptarlo a sus necesidades reales.

Una segunda hipótesis empleada para el proyecto fue que debido al valor añadido de la pesca dentro del Mercado Pesquero Artesanal de Chorrillos, el público objetivo está dispuesto a pagar un precio más alto que en los mercados tradicionales. Para validar esta hipótesis se desarrollaron técnicas de comunicación que hacían énfasis en las características del producto, como su origen responsable y las propiedades del mismo; se obtuvieron las percepciones de los consumidores mientras se realizaban pruebas piloto de venta lo que permitió modificar la propuesta para reflejar sus opiniones y expectativas.

El interés de los consumidores por los productos frescos del mercado aumentó durante las pruebas, lo que resultó ventajoso para comerciantes y pescadores. El potencial del canal digital para mejorar la comercialización quedó demostrado por el aumento de las interacciones digitales y la mayor visibilidad creada en las redes sociales.

La iniciativa demostró cómo industrias tradicionales como la pesca artesanal pueden fortalecerse gracias a la innovación digital adaptada a las condiciones locales. El uso del enfoque Toulouse Thinking, así como la estructura y la colaboración que posibilita la plataforma Miro, facilitaron la creación conjunta de soluciones con efectos en el mundo real. Los próximos pasos de la estrategia incluyen la incorporación de opciones de pago digital, la formalización de asociaciones con cadenas de restaurantes y el acercamiento a otros comerciantes del mercado. La iniciativa también se ampliará a otros mercados del país, en apoyo de la dignidad y el desarrollo sostenible del trabajo artesanal.

Área estratégica de desarrollo prioritario:

1. Seguridad alimentaria

Actividad económica en la que se aplicará la innovación:

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca