**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA**

**“TOULOUSE LAUTREC”**

# ECOPARAÍSO

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

**Autor:**

**KEYLIE LUISA TAMARA MARQUEZ**

https://orcid.org/0000-0003-1292-8431

**Asesor**

**JUAN JOSEHP SOLIS VARGAS**

https://orcid.org/0000-0002-1350-0405

Lima - Perú

**2025**

# KEYLIE LUISA TAMARA MARQUEZ 2021161500.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

## Document Details

**Submission ID**
trn:oid:::11391:485490844

**Submission Date**
Aug 21, 2025, 5:52 PM GMT-5

**Download Date**
Aug 21, 2025, 6:17 PM GMT-5

**File Name**
KEYLIE LUISA TAMARA MARQUEZ 2021161500.pdf

**File Size**
3.9 MB

100 Pages

12,552 Words

71,424 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
2% Publications
3% 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

"Ecoparaíso" es una solución innovadora que aborda el problema de la falta de señalización e información en Las Lomas de Paraíso, ante la creciente afluencia de visitantes, sin una guía adecuada, provoca daños irreversibles al ecosistema. Este espacio natural pertenece a las Lomas Costeras del Perú, el cual almacena 6 mil toneladas de carbono, ayudando a frenar el cambio climático y si no se protege ocasiona la desaparición de este ecosistema, generando en consecuencia un incremento en las cifras de producción de CO2 en Lima.

El área estratégica de desarrollo prioritario corresponde a la tecnología ambiental sostenible, vinculado a la actividad económica de comercio. El proyecto busca transformar este contexto proponiendo una opción más intuitiva y experiencial para ayudar a los visitantes recreacionales a tener una mejor experiencia en su visita por Las Lomas de Paraíso, así como también inculcar conciencia ambiental a través de prácticas responsables para que puedan valorar el ecosistema y contribuir en su conservación activamente.

Para el desarrollo del proyecto se aplicó la metodología Toulouse Thinking. A todo lo largo del proceso de investigación, ideación y validación se emplearon herramientas de entrevistas, observaciones de campo, análisis DPESTA, elaboración de arquetipos, mapas de actores, customer journey map y lienzos de problema, propuesta de valor y modelo de negocio. Estas herramientas ayudan a entender mejor las motivaciones, dolores, y oportunidades en el contexto estudiado de los visitantes recreacionales.
La propuesta de valor de "Ecoparaíso" se centró en brindar un servicio de visita guiada presencial y virtual a las Lomas del Paraíso en VMT, que se solicitara a través del aplicativo móvil, logrando así que el turista pueda tener una experiencia educativa y responsable protegiendo y preservando este ecosistema.

Se desarrollaron varias hipótesis para validar el proyecto y para validarlos se realizaron experimentos tanto digitales como presenciales. Se creó el perfil de Instagram, en el cual se compartió contenido informativo y promocional, alcanzando 41 seguidores de forma orgánica, obteniendo de igual manera esta misma cantidad de interacciones en las publicaciones informativas. Se realizaron dos visitas guiadas a las Lomas de Paraíso, logrando convocar a más de 20 turistas con un resultado exitoso, ya que pudieron conocer más sobre los cuidados y recomendaciones para su próxima visita. Asimismo, se realizó

el testeo de la aplicación con los usuarios, logrando comprobar que es funcional, útil y amigable. También se concretó 4 alianzas con distintos emprendimientos sostenibles los cuales estaban dispuestos a ser parte del proyecto y se contactó a un Operador Turístico para que sea un aliado, el cual firmó una carta de compromiso aceptando ser parte de Ecoparaíso. Por último, 5 negocios locales firmaron una carta de aceptación de publicidad, evidenciando su compromiso en pagar por un espacio publicitario en el aplicativo "Ecoparaíso" cuando el proyecto sea lanzado al mercado y a su vez, se concretó la venta del servicio de visitas guiadas a 8 personas, lo que valida el interés por recibir una experiencia más educativa.

Como conclusión, se identifica que Ecoparaíso puede transformar la experiencia de las personas en su visita a las Lomas de Paraíso, a través de una propuesta que combina lo digital y el método tradicional de visitas que es acompañado del operador turístico, donde ambos brindan información valiosa para la conservación del ecosistema. El siguiente paso es escalar el proyecto en varias Lomas costeras, ya que Lima alberga estos espacios naturales y fortalecer la estrategia en redes sociales para que el proyecto llegue a más personas.