

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**

**TOULOUSE
LAUTREC**

1

FASCOMPRA

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

AUTOR:

STEFANO AUGUSTO REÁTEGUI ORTIZ
(<https://orcid.org/0000-0003-1967-1077>)

Lima - Perú
Año 2022

Resumen

El proyecto de innovación FASCOMPRA se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Comercio y busca resolver el tiempo que toman las personas para encontrar el mejor precio de un producto y así ahorrar dinero, teniendo como población beneficiaria a Adultos del nivel socio económico B y C de Lima entre los 25 a 35 años de edad.

Se aplicó la metodología de Design Thinking y Lean Startup, que contempla herramientas colaborativas y de pensamiento visual como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en Recopilar los precios de los productos en distintas páginas web y ofrecerlos en una sola plataforma para que el cliente pueda tomar una decisión rápida y conveniente para su economía. Se trata de un servicio en el que el cliente encontrará el producto que tanto desea al más bajo precio del mercado, ya que se comparará el precio de todas las páginas web que tienen ese producto. Así nuestros clientes ya no tendrán que ir a comparar los precios del producto que buscan a centros comerciales, porque todos los precios se compararon en un solo lugar.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) de una página web en Facebook en la cual ofrecíamos el servicio de encontrar el mejor precio para el producto que estén buscando y así puedan ahorrar tiempo y dinero para comparar los precios de las distintas tiendas virtuales y le ofrecemos una guía de compra personalizada para que tome la mejor decisión según sus necesidades. Adicionalmente, hacemos una asesoría de compra en caso el cliente no esté seguro de qué desea comprar. Cobramos 10 soles por servicio y en 3 semanas tuvimos 10 clientes dando por ganancia un total de 100 soles. También hicimos una encuesta a 33 personas. El público que participó fueron hombres y mujeres entre 20 y 40 años. La mayoría reside en los distritos: Magdalena, Jesús María, Miraflores, Lince, Pueblo Libre, Surco y Barranco. De los que la mitad afirma haber comprado alguna vez un producto y luego descubrir que estaba en oferta en otra tienda.

Se concluye que la solución propuesta proporciona una solución al tiempo que le dedican las personas a buscar un producto con descuento y que nuestro servicio les ayuda a ahorrar tiempo y dinero y se recomienda a avanzar con el proyecto hacia la creación de una página web propia de la marca con miras a una aplicación que brinde automáticamente este servicio.