ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Diseño y validación de una plataforma digital para potenciar la captación de donaciones en ONG MEDLIFE en el distrito de Miraflores durante el evento “Giving Tuesday”

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Xiomara Alexandra Llamocca Ramos
DNI: 75617754, Perú
Israel Aaron Roncal Honorio
DNI: 71956157.0, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292, Perú

JURADO

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
Brigitte Madelein Pérez Ortiz
Ronald Cristhian Manzanares Merino

Lima, Agosto 2025

PROYECTO DE INNOVACI%C3%93N LLAMOCCA Y RONCAL SUSTENTACI%C3%93N.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:480867887

Submission Date
Aug 10, 2025, 9:26 PM CDT

Download Date
Aug 12, 2025, 9:56 PM CDT

File Name
PROYECTO DE INNOVACIÓN LLAMOCCA Y RONCAL SUSTENTACIÓN.pdf

File Size
4.3 MB

62 Pages

9,092 Words

55,102 Characters

13% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

8% Internet sources
1% Publications
11% 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.

INDICE DE CONTENIDO

I. Información general 6

1.1 Título del Proyecto de Innovación 6

1.1. Resumen del Proyecto de Innovación 7

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 9

II. Descripción de la innovación 10

2.1 Planteamiento del Problema 10

2.2 Población Beneficiaria 11

2.3 Objetivos del Proyecto 13

2.4 Marco Referencial 13

2.4.1 Casos Reales en el Mundo y Perú 15

2.5 Proceso creativo y experimentos 16

2.5.1 Información sobre el usuario 16

2.5.2 Información sobre el Mercado 17

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 18

2.5.4 Diseño de producto/servicio 20

2.5.5 Modelo de Negocio 22

2.5.6 Resultados Esperados 23

2.5.7 Prototipos Desarrollados 24

2.5.8 Experimentos 35

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 36

III. Estimación de costos 37

3.1 Presupuesto 37

VI. Conclusiones y Recomendaciones 39

4.1 Conclusiones 39

4.2 Recomendaciones 40

V. Referencias Bibliográficas 41

VI. Anexos 43

6.1 Resultados de Encuestas 46

6.1.1 Encuesta de *"Huella Solidaria" una plataforma digital para potenciar la captación de donaciones en el Perú* 46

6.1.2 Encuesta de *"Validación de usabilidad y percepción – Plataforma de donaciones MEDLIFE"* 50

6.2 Entrevistas 54

6.2.1 Entrevistas sobre donaciones digitales 54

6.3 Presupuesto detallado 58

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 *Árbol de Análisis de Problemas* 10

Ilustración 2 *Mapa de Actores* 11

Ilustración 3 *Arquetipo de Usuario* 16

Ilustración 4 *Propuesta de Valor* 18

Ilustración 5 *Ruta de Conceptualización* 19

Ilustración 6 *Canvas Modelo de Negocio* 22

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Presupuesto estimado para el desarrollo de una plataforma digital anual* 38

Tabla 2 *Presupuesto anual del desarrollo de la plataforma* 59

Tabla 3 *Presupuesto anual de recursos humanos* 60

Tabla 4 *Presupuesto anual de fondos de imprevisto* 61

Tabla 5 *Presupuesto anual de publicidad y marketing* 61

Tabla 6 *Presupuesto anual de validación y seguimiento* 62

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Diseño de una plataforma digital para potenciar la captación de donaciones en ONG MEDLIFE durante el evento “Giving Tuesday”.

El presente proyecto de innovación se desarrolla a partir de la experiencia obtenida en la campaña realizada para la ONG MEDLIFE SUCURSAL DEL PERÚ junto a un gran equipo de trabajo en el curso de taller de estrategias de marketing de 7mo ciclo de la carrera de Publicidad y Marketing Digital. Dicha campaña tuvo como objetivo promover las donaciones digitales durante el “Giving Tuesday” (una iniciativa mundial que promueve la generosidad a través de donaciones a organizaciones sin fines de lucro) para así poder financiar proyectos sociales relacionados con salud, educación y vivienda en comunidades vulnerables.

De esta manera, se hizo una investigación acerca de las alianzas estratégicas con organizaciones que compartan valores similares, llegando a realizar una campaña de relaciones públicas logrando así posicionar a MEDLIFE dentro de la mente del público peruano.

En el marco de esta iniciativa, la estrategia de medios estuvo centrada en email marketing y campañas en redes sociales (Instagram, TikTok, LinkedIn y Facebook), brindando mayor enfoque en la transparencia mostrando el impacto de cada donación; convirtiendo así a los donantes en aliados de largo plazo, con una comunicación clara, emocional y bien segmentada.

Sin embargo, tras la ejecución de dicha campaña, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con el entorno digital de recaudación de donaciones. Se evidenció la necesidad de una plataforma más interactiva; que facilite la experiencia del usuario, incremente la confianza y muestre con mayor claridad el impacto de las donaciones realizadas.

1.1. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Diseño de una plataforma digital para potenciar la captación de donaciones en ONG MEDLIFE durante el evento "Giving Tuesday" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar social y la actividad económica de Salud humana y asistencia social, y busca resolver la inseguridad y desconfianza de parte del peruana a las ONGs con plataformas de recaudación monetaria, teniendo como población beneficiaria personas de escasos recursos, damnificados y necesitados de donativos.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el 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 *Tu Huella Solidaria*, una plataforma digital interactiva que ha sido diseñada específicamente para fortalecer la confianza del público y generar una conexión emocional auténtica entre los donantes y la ONG MEDLIFE, en el contexto de campañas como el Giving Tuesday. Se trata de una landing page responsiva que funciona correctamente en computadoras, tablets y celulares, y que ofrece una experiencia amigable y segura. Su diseño centrado en el usuario permite que cualquier persona pueda navegar con facilidad, elegir el monto que desea donar, decidir si quiere hacer un aporte único o recurrente y recibir una confirmación inmediata con información visual sobre el destino

de su ayuda. Además, la plataforma brinda seguimiento mediante testimonios reales, imágenes del impacto logrado y actualizaciones periódicas que fortalecen el vínculo con la causa.

Desde un enfoque de triple balance, esta propuesta genera beneficios sociales al promover una cultura de solidaridad más activa y cercana con las poblaciones vulnerables. También tiene un impacto económico positivo porque permite a MEDLIFE recaudar fondos de forma constante y planificada sin depender exclusivamente de donaciones presenciales. Finalmente, su componente ambiental destaca porque al ser completamente digital se evita el uso de papel y se fomenta el uso responsable de recursos. En conjunto, *Tu Huella Solidaria* no solo busca facilitar el acto de donar, sino que transforma esa experiencia en un proceso más humano, transparente y significativo para quienes desean ayudar desde el entorno digital.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja definición (bocetos iniciales de interfaz) y de alta fidelidad (landing page funcional con simulación de donaciones y seguimiento de impacto) para realizar pruebas de usabilidad con usuarios jóvenes y adultos jóvenes, potenciales donantes identificados en el arquetipo de usuario; estas pruebas permitieron evaluar la facilidad de navegación, claridad de la información y percepción de confianza, evidenciando una mejora proyectada del 30% en la intención de donar y un incremento de 40% en la predisposición a convertirse en donante recurrente.

Se concluye que la solución propuesta responde de manera efectiva a las principales barreras identificadas (desconfianza, falta de información clara y ausencia de vínculo emocional), logrando un prototipo funcional que potencia la captación de donaciones y fortalece la conexión entre el donante y la causa social, y se recomienda la implementación piloto durante el próximo Giving Tuesday, el seguimiento continuo del comportamiento de los usuarios mediante métricas de interacción y conversión, así como el escalamiento de la plataforma a otras campañas y

contextos de recaudación solidaria en el Perú.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El presente proyecto se desarrolla en el contexto de las actividades que realiza la ONG MEDLIFE PERÚ (Medicina, Educación y Desarrollo para Familias de Bajos Ingresos en Todas Partes) en el distrito de Villa María del Triunfo, ubicado al sur de Lima Metropolitana, Perú.

MEDLIFE brinda atención médica, educación comunitaria y mejoras en infraestructura básica a personas en situación de pobreza y vulnerabilidad (MEDLIFE, 2023). Se centra en los asentamientos humanos, donde casi un millón de personas viven en condiciones de pobreza, asimismo, aquellas comunidades carecen de acceso a servicios esenciales como agua y luz.

Villa María del Triunfo representa un claro ejemplo de los desafíos estructurales que enfrentan diversas zonas periféricas de Lima: crecimiento poblacional acelerado, acceso limitado a servicios básicos como agua, salud y vivienda, e índices elevados de pobreza e informalidad (INEI, 2022). También es un espacio donde se preservan valores culturales, tal cual es la olla común, expresiones tradicionales de organización social basadas en la ayuda mutua y la solidaridad comunitaria (Flores Galindo, 2010).

Uno de los principales retos que enfrenta MEDLIFE es la baja participación en las campañas de donaciones digitales, debido a factores como la falta de confianza en las plataformas, el desconocimiento sobre el impacto real de las donaciones y la escasa personalización en la experiencia del usuario, como se evidenció durante la ejecución de la campaña “Giving Tuesday” 2023 (MEDLIFE, 2023).

Este proyecto de innovación busca responder a dicha problemática mediante el diseño de una plataforma digital interactiva y transparente, que permita al usuario visualizar el destino de su

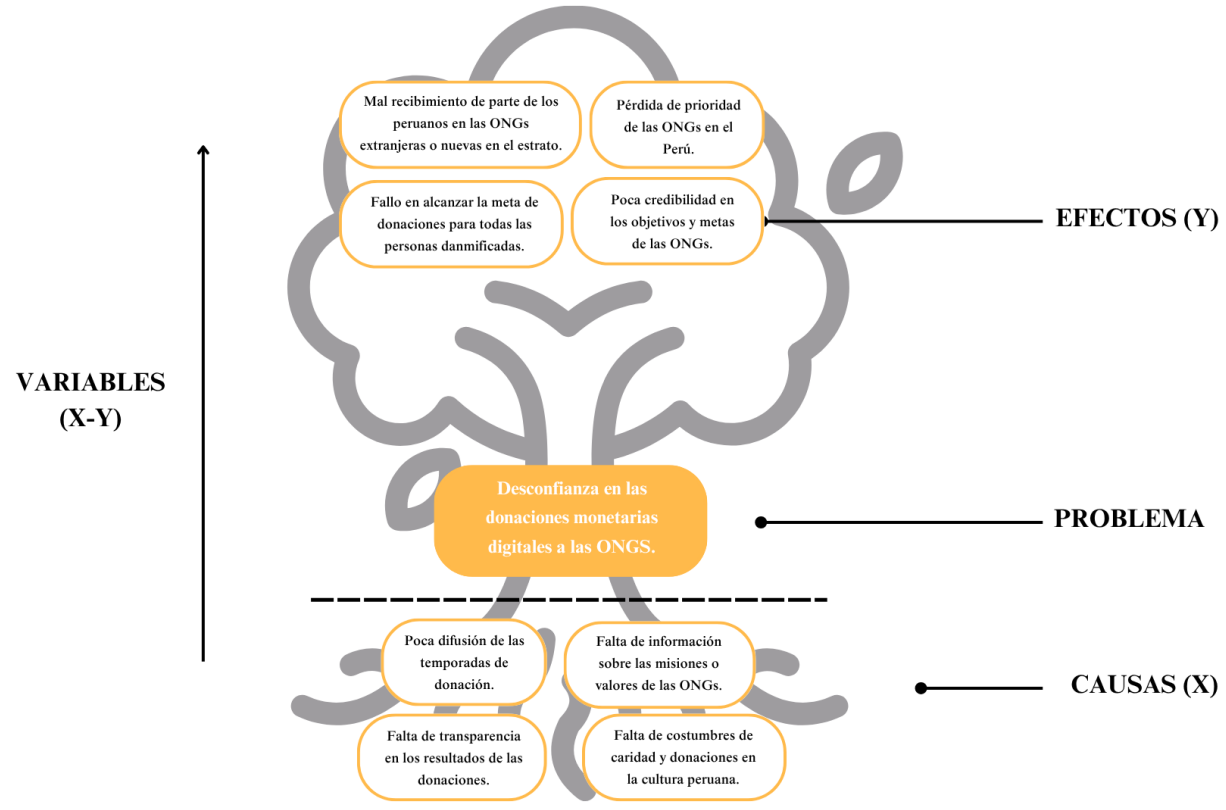
aporte sea el monto que brinde, conocer testimonios reales y fortalecer su vínculo emocional con la causa. De esta manera, se espera mejorar la recaudación de fondos, asegurar la sostenibilidad de los proyectos sociales de MEDLIFE y contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente aquellos vinculados a salud (ODS 3) y reducción de la pobreza (ODS 1).

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Ilustración 1

Árbol de Análisis de Problemas



Actualmente, las campañas de recaudación de fondos realizadas por organizaciones sin fines de lucro en el Perú, como MEDLIFE, enfrentan serias dificultades para captar la atención del

público. A pesar del impacto positivo que generan sus intervenciones en salud, educación y vivienda, la ONG MEDLIFE enfrenta dificultades para captar donaciones a través de medios digitales, especialmente en campañas clave como “Giving Tuesday”, debido a que gran parte de la audiencia no conoce la labor de la organización ni percibe una conexión emocional suficiente como para comprometerse con una causa social.

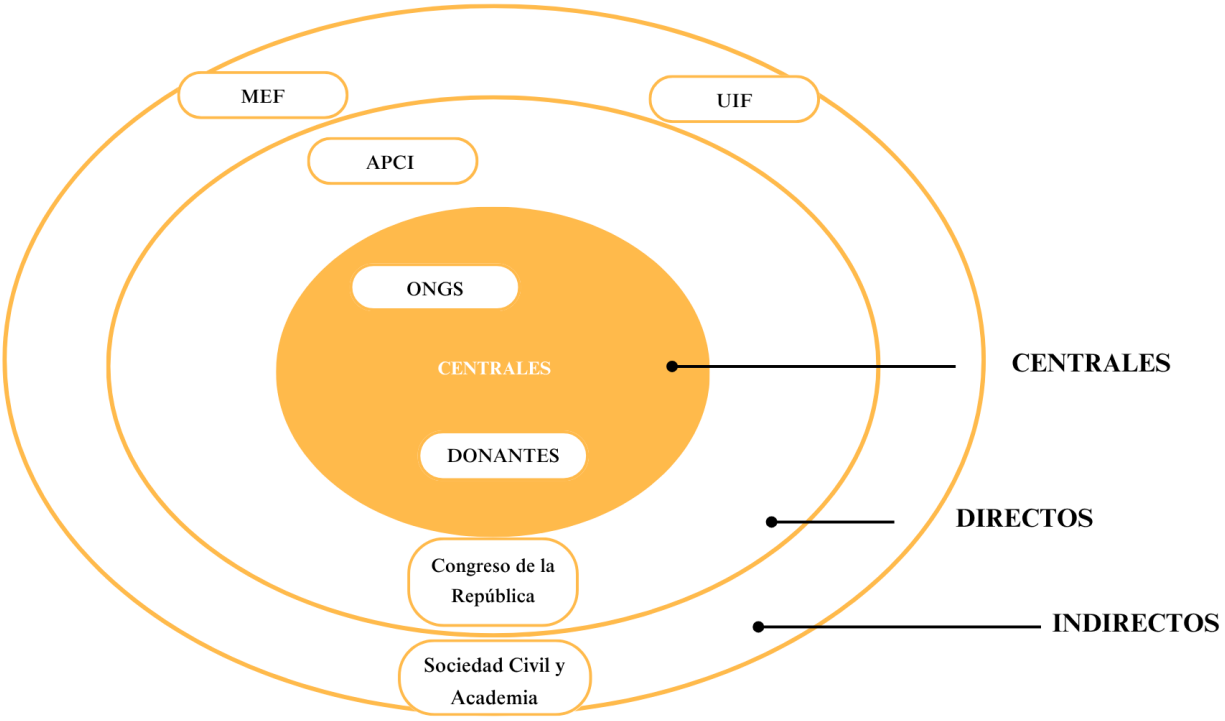
Esta situación se debe, principalmente, a la falta de confianza del público hacia las plataformas de donaciones digitales, un hecho común en el Perú, motivado por experiencias pasadas de desinformación, corrupción o escasa transparencia institucional (Pérez Latre & Sánchez Blanco, 2006). Además, las herramientas utilizadas no ofrecían una experiencia personalizada ni permitían visualizar el impacto de la donación, lo que reducía la motivación del usuario para contribuir económicamente. La ausencia de seguimiento visual, historias emocionales y reales, aparte de procesamiento de datos post - donación fueron identificadas como brechas a mejorar.

Como consecuencia, se genera una baja conversión de visitantes digitales en donantes, una limitada sostenibilidad financiera para los proyectos sociales de MEDLIFE y un debilitamiento del vínculo emocional entre la ONG y sus posibles aliados. Esta problemática también impide fortalecer una cultura digital de donación en el Perú, lo que frena el desarrollo de iniciativas solidarias a largo plazo y dificulta el cumplimiento de diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible**;** Fin de la Pobreza (ODS 1), Salud y Bienestar (ODS 3).

2.2 Población Beneficiaria

Ilustración 3

Mapa de Actores



La ciudadanía peruana, como donante potencial, presenta una creciente reticencia a donar debido a la percepción de corrupción y mal manejo de fondos, muchas veces amplificada por los medios de comunicación que visibilizan irregularidades sin contextualizar los logros del sector (Andina, 2023). Las propias ONG, por su parte, enfrentan retos de transparencia y rendición de cuentas, que afectan directamente su credibilidad. En el plano institucional, la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI), encargada de supervisar a estas organizaciones, ha sido cuestionada por su débil fiscalización, habiendo supervisado en 2023 solo 63 de las 1,779 ONG registradas, lo cual evidencia una limitada capacidad reguladora (Congreso del Perú, 2023). En este sentido, la SUNAT ha fortalecido su rol fiscalizador, en conjunto con la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF), para asegurar que los fondos donados no sean utilizados para fines ilícitos, en el marco de nuevas disposiciones legales impulsadas por el Congreso de la República (Canal B, 2023). A su vez, entidades indirectas como el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), mediante

la definición de incentivos tributarios, y la academia, como generadora de conocimiento sobre el impacto y gestión de las ONG, cumplen funciones estratégicas en la restauración de la confianza pública. Así, la reconstrucción de la legitimidad del sector requiere una acción articulada entre estas entidades y una comunicación efectiva que resalte el impacto positivo de las ONG en contextos vulnerables.

2.3 Objetivo Principal

- Diseñar y validar una plataforma digital interactiva, segura y centrada en el usuario, que incremente la confianza del público en las donaciones en línea y potencie la captación de fondos para la ONG MEDLIFE durante el evento "Giving Tuesday", garantizando transparencia en el uso de los recursos, seguimiento visual del impacto y una experiencia de navegación clara, intuitiva y emocionalmente conectada con la causa.

2.4 Objetivos Específicos

- Implementar herramientas de automatización post-donación que permitan mantener un vínculo constante con los usuarios, fomentando su fidelización y la realización de aportes recurrentes.
- Diseñar la estructura y las funcionalidades de una Landing page que facilite la visualización del impacto de cada donación, incorpore testimonios reales y refuerce la percepción de transparencia de la ONG
- Validar la funcionalidad, la claridad de la información y la percepción de confianza generada por el prototipo desarrollado mediante pruebas de usabilidad con usuarios del público objetivo.

2.5 Marco Referencial

La transformación digital ha impactado significativamente en el sector social, generando

así nuevas formas de captar donaciones y conectar con audiencias. Las ONG'S, especialmente en Latinoamérica, han comenzado a incorporar estrategias digitales centradas en la experiencia del usuario, el marketing con propósito y la comunicación emocional para aumentar la participación ciudadana (Caro, 2020).

En el caso de MEDLIFE, la campaña "Giving Tuesday" del año 2023 marcó un esfuerzo por sumarse al movimiento global de donaciones digitales; sin embargo, el análisis de aquella campaña evidenció oportunidades de mejora en aspectos clave como la interacción digital, la confianza percibida por el público y la presentación del impacto real de las donaciones (MEDLIFE, 2023). Estos hallazgos motivan el desarrollo de una plataforma digital más alineada al público peruano, con herramientas que potencien la transparencia, la emocionalidad y la experiencia del usuario.

Por otro lado, el marketing con propósito se ha consolidado como una estrategia clave para conectar a las marcas y organizaciones sociales con sus audiencias, al vincularse con causas que generan impacto y sensibilidad social. Esta conexión emocional fortalece la lealtad y el compromiso del público, especialmente en contextos donde la confianza institucional es frágil (Accenture, 2021). En el caso de las ONG, la transparencia, la autenticidad y la rendición de cuentas son elementos fundamentales para movilizar donaciones voluntarias y sostenidas (CAF, 2023).

De igual manera, el uso de storytelling en campañas sociales permite humanizar las causas y conectar con las emociones del usuario. Relatar historias reales del impacto de las donaciones no solo informa, sino que motiva e inspira acción, al ofrecer una narrativa transformadora y cercana (McKee & Greenberg, 2019). Esta técnica ha demostrado ser efectiva para aumentar la

intención de donar, ya que genera empatía, cercanía y credibilidad, claves en la publicidad digital con enfoque social (WARC, 2022).

Asimismo, el enfoque de diseño centrado en el usuario (DCU) busca optimizar la experiencia digital haciendo las plataformas más accesibles, intuitivas y alineadas con las necesidades del público. Este enfoque, cuando se aplica en plataformas de donación, simplifica el proceso y, al integrar herramientas de seguimiento visual del aporte, refuerza la transparencia y aumenta la percepción de impacto real (Norman, 2020; UX Collective, 2021).

2.5.1 Casos Reales en el Mundo y Perú

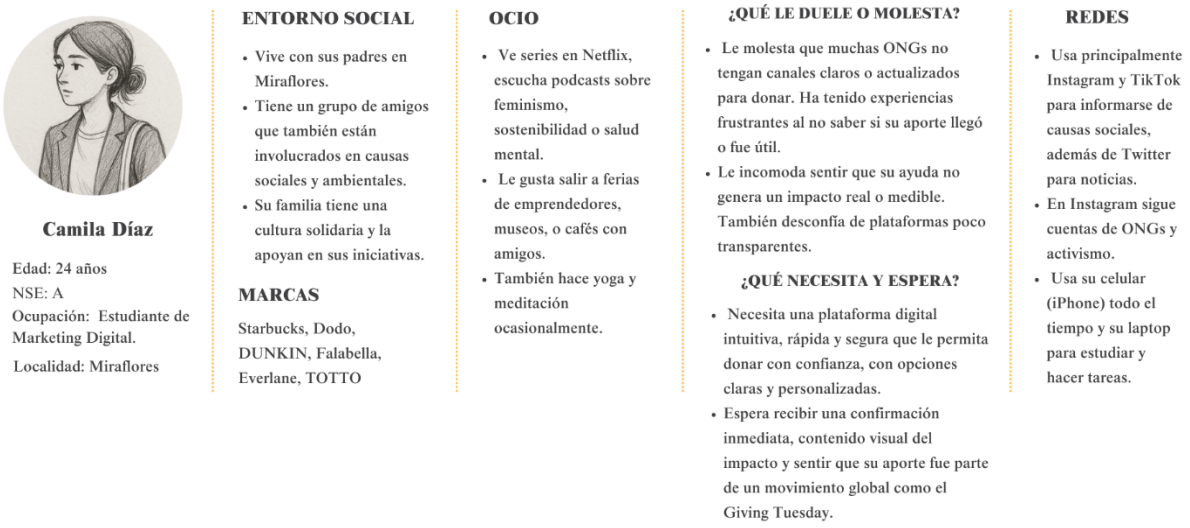
"GiveDirectly" es una organización sin fines de lucro fundada en Estados Unidos, su gran diferencial es su uso de herramientas digitales avanzadas para garantizar la trazabilidad y transparencia total del proceso. A través de su plataforma, los donantes pueden conocer a qué comunidad están ayudando, también recibir reportes personalizados y además ver en qué etapa del proceso se encuentra su donación (transferencia enviada, recibida y usada). Además, hacen uso de seguimiento por SMS, y visualizaciones interactivas en tiempo real.

"Juguete Pendiente" es una organización peruana que trabaja con comunidades en situación de vulnerabilidad a nivel nacional, canalizando donaciones, voluntariado y apoyo logístico para diversas causas sociales. Al presente, una de sus principales fortalezas es el uso de storytelling emocional en redes sociales, sobre todo en Instagram, donde aparecen testimonios reales, entregas en tiempo real y resultados por cada campaña. Su comunicación es directa, clara y humana, generando una conexión inmediata con su audiencia. Además, utilizan canales como WhatsApp y correo electrónico para enviar actualizaciones personalizadas a donantes y voluntarios, con fotos y datos específicos del impacto logrado.

2.5 Proceso creativo y experimentos

Ilustración 5

Arquetipo de Usuario



2.5.1 Información sobre el usuario

Una de las principales problemáticas identificadas es la desconexión entre la intención de donar y la experiencia digital que lo permite. Usuarios como Camila, jóvenes con interés genuino en apoyar causas sociales, se enfrentan a barreras como la falta de información clara sobre el destino de las donaciones, interfaces poco intuitivas o anticuadas, y canales que no generan confianza ni motivación suficiente para actuar. Esta situación provoca que, a pesar del deseo de contribuir, muchos potenciales donantes decidan no hacerlo por temor a fraudes o simplemente por no sentirse conectados emocionalmente con la causa. Como afirma Gómez (2020), “la confianza y la experiencia del usuario son factores determinantes en el éxito de las plataformas de donación digital” (p. 45). Esto evidencia la necesidad urgente de crear una experiencia digital amigable, transparente y emocionalmente potente para fomentar la participación activa durante

campañas como el Giving Tuesday.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Entre las fortalezas se destaca el reconocimiento internacional de MEDLIFE como una organización sólida y con experiencia en campañas sociales, lo cual genera confianza en potenciales donantes. Asimismo, cuenta con un equipo de voluntariado comprometido y conocedor del público objetivo, además de un historial favorable en el uso de redes sociales con enfoque emocional.

En cuanto a las oportunidades, se identifica un entorno digital favorable en el distrito de Miraflores, caracterizado por un alto uso de plataformas tecnológicas, redes sociales y servicios digitales. Esto se complementa con una creciente conciencia social entre jóvenes y adultos jóvenes, así como con el potencial de establecer alianzas estratégicas con negocios o marcas locales para fortalecer la difusión del evento; sin embargo, el proyecto también enfrenta debilidades como la limitada experiencia digital de la ONG en términos de usabilidad de plataformas, falta de segmentación estratégica en campañas previas y un bajo aprovechamiento del análisis de datos para la mejora continua. A esto se suma un presupuesto reducido que podría limitar el desarrollo tecnológico o las acciones de pauta digital.

En el plano externo, se reconocen amenazas como la saturación de campañas digitales durante eventos globales como el Giving Tuesday, lo que podría reducir la visibilidad de MEDLIFE. Asimismo, la desconfianza hacia plataformas de donación online y las constantes modificaciones en los algoritmos de redes sociales representan desafíos que deben ser abordados con estrategias de comunicación efectivas.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Ilustración 7

Propuesta de Valor "Tu huella solidaria"



Desde el lado del diseño (*Se Diseña*), se plantea una plataforma digital interactiva, segura y fácil de usar, que responde a los "trabajos por hacer" del usuario con funcionalidades pensadas para generar beneficios concretos y paliar frustraciones.

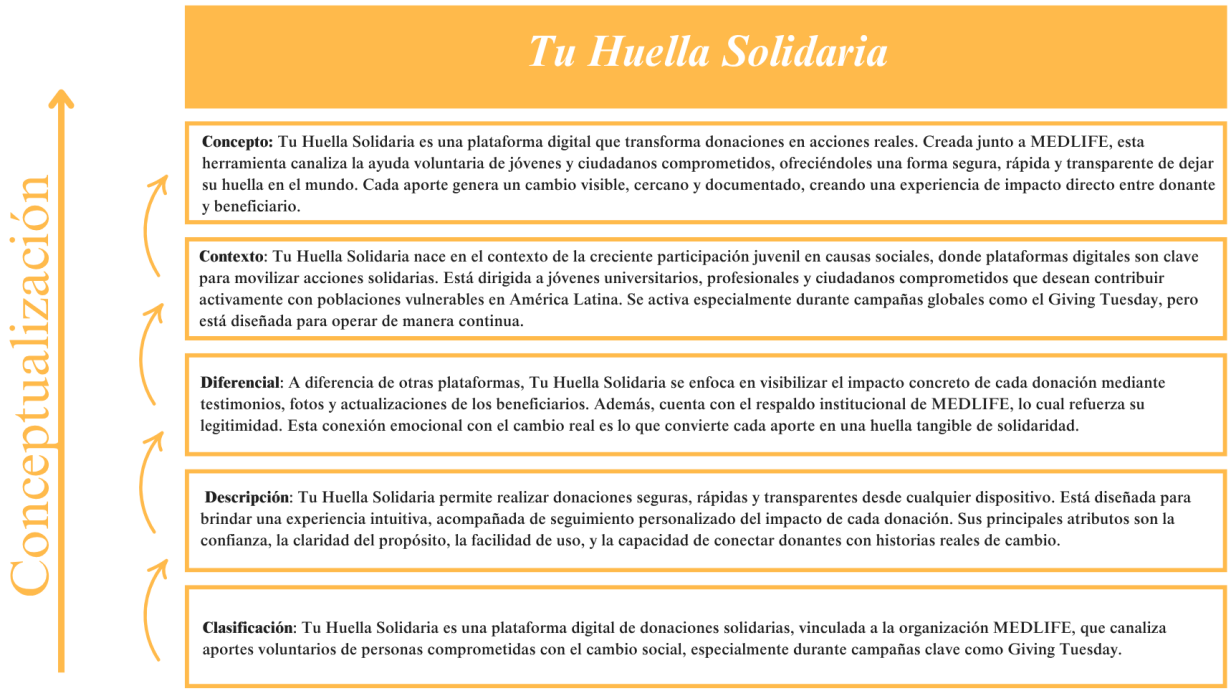
Estas características se consideran esenciales en las plataformas de impacto social, donde la transparencia y el componente emocional son claves para fomentar la participación (Wingu, 2023; Global Giving Report, 2022).

En el perfil del cliente, se observa que el usuario busca donar de forma segura, entender el destino de su dinero y sentirse parte activa de una causa. Este tipo de usuario, identificado con motivaciones emocionales y funcionales, ha sido perfilado en diversos estudios recientes sobre filantropía digital en jóvenes urbanos latinoamericanos (CAF, 2022; UNDP, 2022).

En resumen, el gráfico articula de forma coherente el diseño que se encuentra centrado al usuario con una propuesta de valor que responde tanto a necesidades funcionales (seguridad, eficiencia, claridad) como emocionales (impacto, confianza, pertenencia), contribuyendo a la implementación exitosa de plataformas solidarias en el ecosistema digital peruano.

Ilustración 9

Ruta de Conceptualización "Tu huella solidaria"



Esta herramienta ha sido diseñada con base en cinco niveles progresivos: clasificación, descripción, diferencial, contexto y concepto, cada uno de los cuales enriquece la construcción identitaria de la propuesta denominada *Tu Huella Solidaria*. El proceso comienza con una clasificación funcional, identificando la plataforma como un canal solidario respaldado por MEDLIFE y operante en campañas clave como Giving Tuesday.

Este modelo de conceptualización responde a la necesidad de digitalizar los espacios

solidarios juveniles en América Latina. Según CAF (2022), la transformación digital del voluntariado permite fortalecer la participación juvenil y lograr resultados medibles. Ayuso, De la Torre & Pineda (2021) destacan que la transparencia, trazabilidad y conexión emocional son claves para generar confianza en plataformas digitales. Esta tendencia también es respaldada por el *Global Trends in Giving Report* (2022), que indica que el 63% de los donantes latinoamericanos prefiere aportar a través de sitios web seguros y con seguimiento del impacto.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Tu Huella Solidaria es una plataforma digital diseñada para facilitar y potenciar la donación solidaria de manera segura, accesible y emocionalmente conectada con su impacto. Se presenta como un sitio web responsivo, con compatibilidad para dispositivos móviles, tablets y computadoras. Su diseño está centrado en el usuario, permitiendo una navegación simple, con botones visibles y llamados a la acción claros como “Dona Aquí”, “Conoce el impacto” o “Quiero ser Voluntario”. (El prototipo se realizó mediante la herramienta de “Hostinger: Horizons”)

Características Digitales

- Interfaz amigable e intuitiva: colores cálidos, tipografía legible y estructura visual jerarquizada.
- Módulo de donación en pocos pasos: elección de monto, método de pago y frecuencia (única o mensual).
- Call to action directo y visible ubicado estratégicamente en la página principal.
- Sistema de trazabilidad: cada usuario puede recibir actualizaciones del destino de su donación mediante imágenes, correos electrónicos y testimonios.
- Compatibilidad con pasarelas de pago seguras como PayPal y transferencias bancarias.

Mecánica del Servicio

- Ingreso a la plataforma desde un enlace directo (por redes sociales, correo, etc.).
- Selección de monto y tipo de ayuda (general, salud, educación, vivienda, etc.).
- Confirmación del aporte con ticket digital.
- Seguimiento del impacto mediante informes visuales y narrativas personalizadas.
- Opción de suscripción para donaciones mensuales automáticas.

Triple Balance: Impacto Social, Ambiental y Económico

Social: promueve el compromiso ciudadano, activa el sentido de comunidad y contribuye directamente a mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables.

Económico: moviliza recursos financieros de forma constante y ética, permitiendo a MEDLIFE financiar campañas con mayor estabilidad y planificación.

Ambiental: Al ser 100% digital se reduce el uso de papel y minimiza la huella ecológica, promoviendo además acciones sostenibles dentro de las comunidades que apoya.

2.5.5 Modelo de Negocio

Ilustración 11

Canvas Modelo de Negocio "Tu huella solidaria"



El modelo evidencia una propuesta de valor centrada en la trazabilidad, la confianza y la experiencia personalizada del donante, aspectos fundamentales en la nueva cultura digital de la solidaridad. El análisis del público objetivo revela un enfoque alineado con los patrones de activismo juvenil, responsabilidad social empresarial y consumo con propósito, particularmente entre comunidades universitarias y empresas (Romero & Ortega, 2021; CEPAL, 2022). Asimismo, la estrategia multicanal —que articula plataformas web, redes sociales y alianzas institucionales— responde a prácticas recomendadas en fundraising digital, orientadas a la viralización, legitimidad y sostenibilidad (TechSoup América Latina, 2022; Digital Civil Society Lab, 2023).

En términos relacionales, el modelo apuesta por una comunicación empática y visual clave para fidelizar al donante moderno, que valora el seguimiento del impacto y los gestos simbólicos de reconocimiento (Wingu, 2023; Giving Tuesday Insights, 2022).

2.5.6 Resultados Esperados

Una vez implementada la propuesta *Tu Huella Solidaria*, se proyecta a una mejora significativa en la participación de los usuarios en actividades de ayuda social, específicamente en el incremento del número de donaciones recurrentes y espontáneas a través de la plataforma digital. Se espera que tanto el diseño centrado en el usuario, cómo la experiencia emocional positiva y la comunicación constante generen mayor compromiso con las causas promovidas por MEDLIFE, fortaleciendo su sostenibilidad y alcance.

Diversos estudios demuestran que la facilitación del proceso de donación mediante plataformas digitales accesibles influye positivamente en la decisión del usuario de contribuir y al reducir barreras cognitivas y logísticas (Bekkers & Wiepking, 2011). Además, el sentido de comunidad, la percepción de impacto y la transparencia institucional son factores determinantes

en la retención de donantes y la generación de confianza (Sargeant & Shang, 2010).

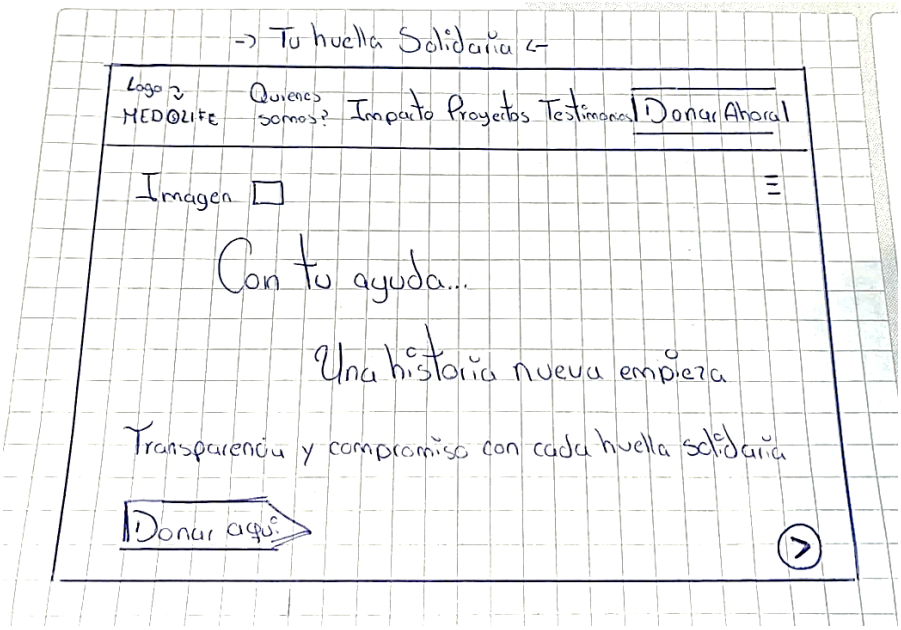
En ese sentido, se anticipa:

- Un aumento del 30% en el volumen de donaciones en los primeros seis meses.
- Un crecimiento del 40% en la base de usuarios registrados en la plataforma.
- Una tasa de retención mensual del 60% de donantes recurrentes.
- Un incremento de interacciones sociales digitales alrededor del contenido generado por la comunidad solidaria.

La plataforma no solo busca canalizar recursos, sino busca inspirar y educar sobre el poder de la acción colectiva para promover una ciudadanía activa y empática. Tal como indica Batson (2011), el comportamiento prosocial se potencia cuando las personas pueden conectar emocionalmente con la causa y perciben que su acción tendrá un cambio concreto.

2.5.7 Prototipos Desarrollados

Baja definición



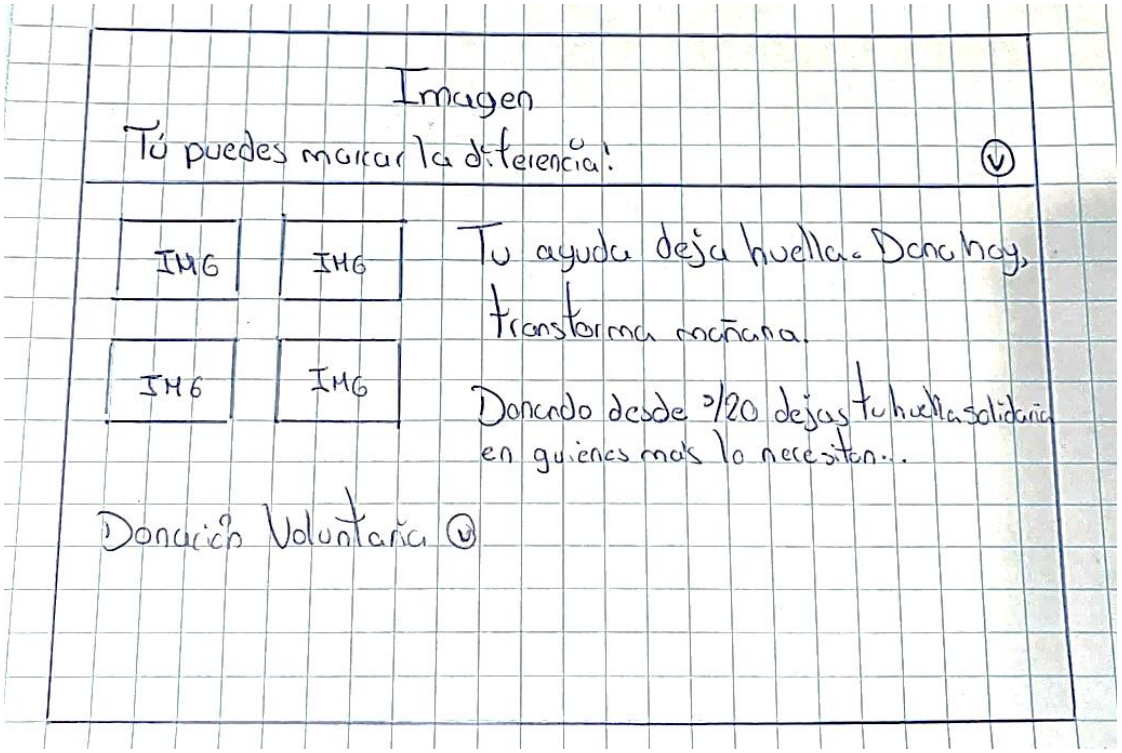
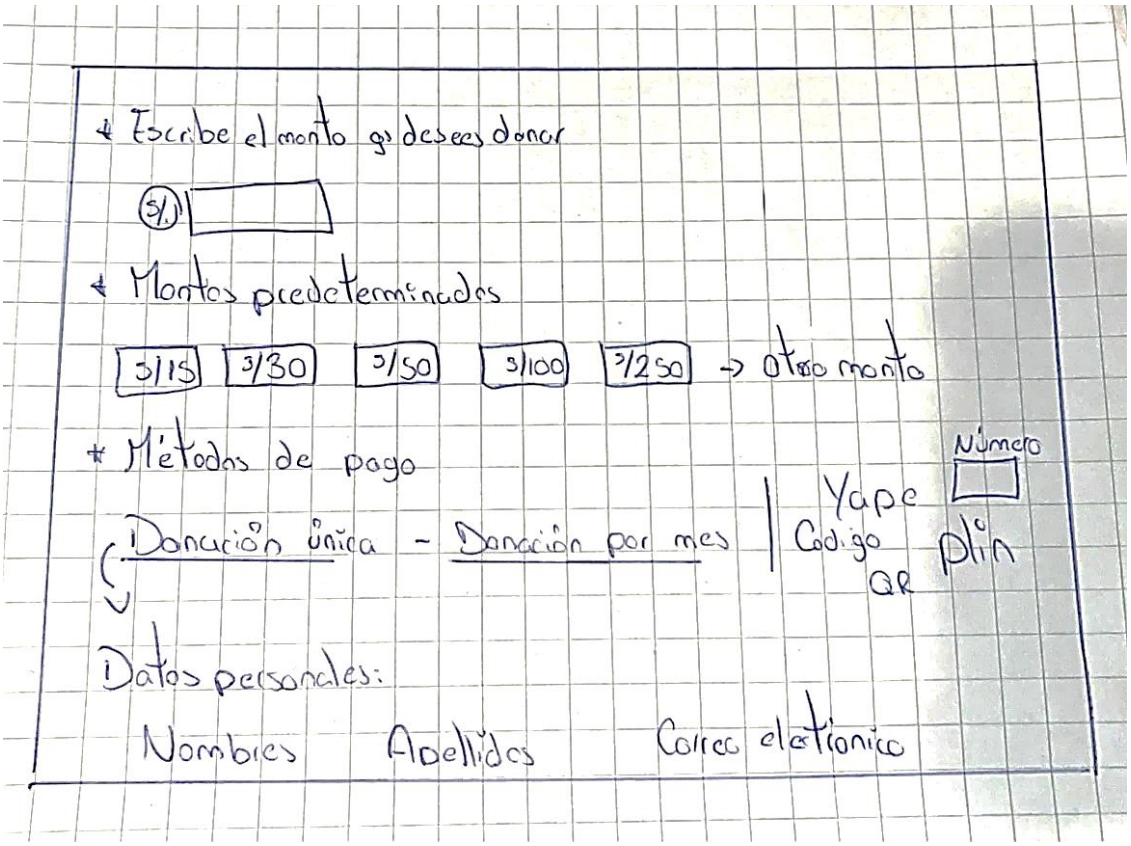


Imagen
Tú puedes marcar la diferencia!
IMG
IMG
IMG
IMG
Tu ayuda deja huella. Dona hoy, transforma mañana.
Donando desde S/20 dejas tu huella solidaria en quienes más lo necesitan...
Donación Voluntaria


* Escribe el monto que desees donar
S/.
* Montos predeterminados
S/15
S/30
S/50
S/100
S/250
→ otro monto
* Métodos de pago
Donación única - Donación por mes
Yape
Código QR
plin
Número
Datos personales:
Nombres
Apellidos
Correo electrónico

(¡Donar ahora)



¡Gracias por tu apoyo!
Tu aporte se transforma en viveres, agua, kit de higiene y t.
Carolina R.

¿Qué hemos logrado con tu ayuda?

3,950,000 personas beneficiadas

700 Proyectos realizados

Testimonios



"Mensaje"

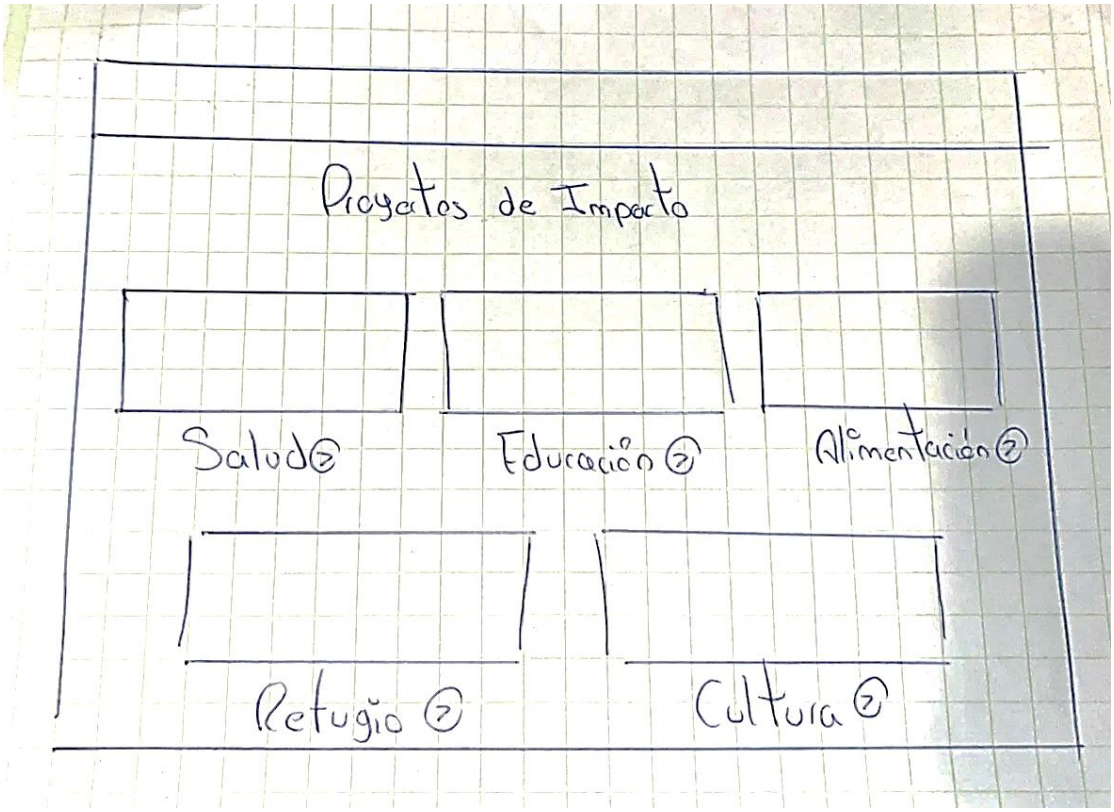
foto de fondo

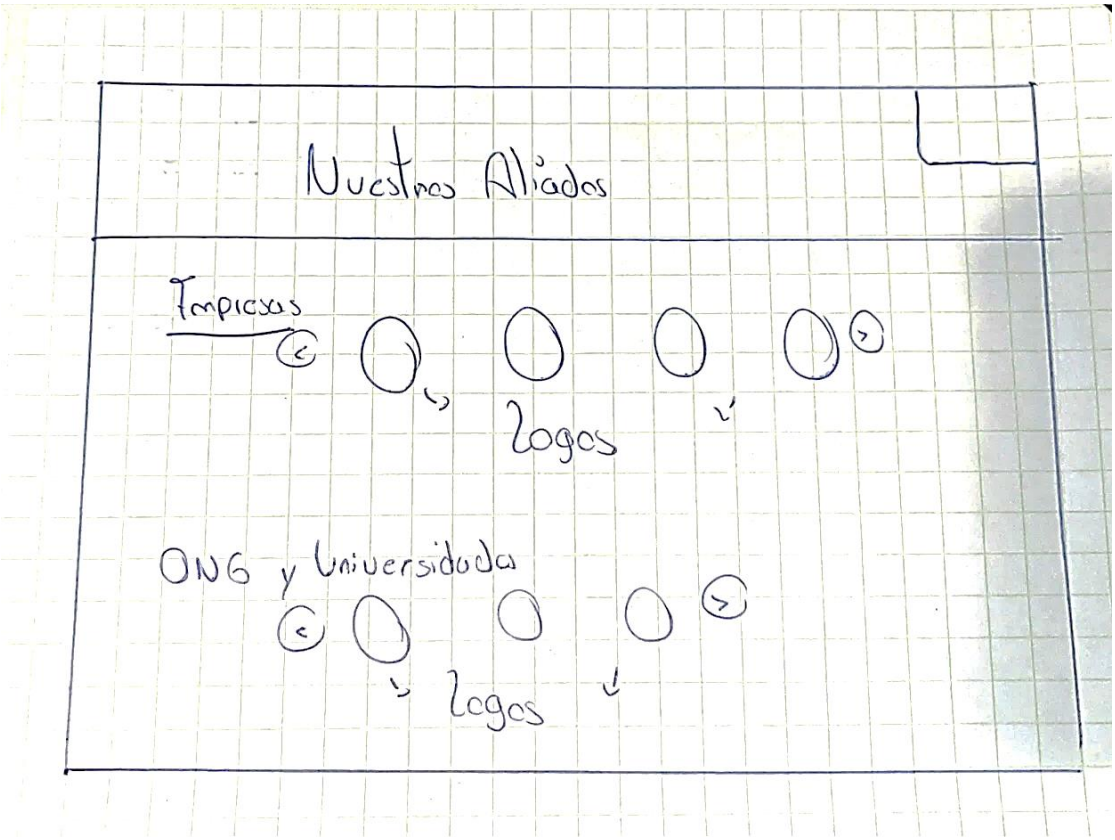
→ Antonella Palomino, Voluntaria

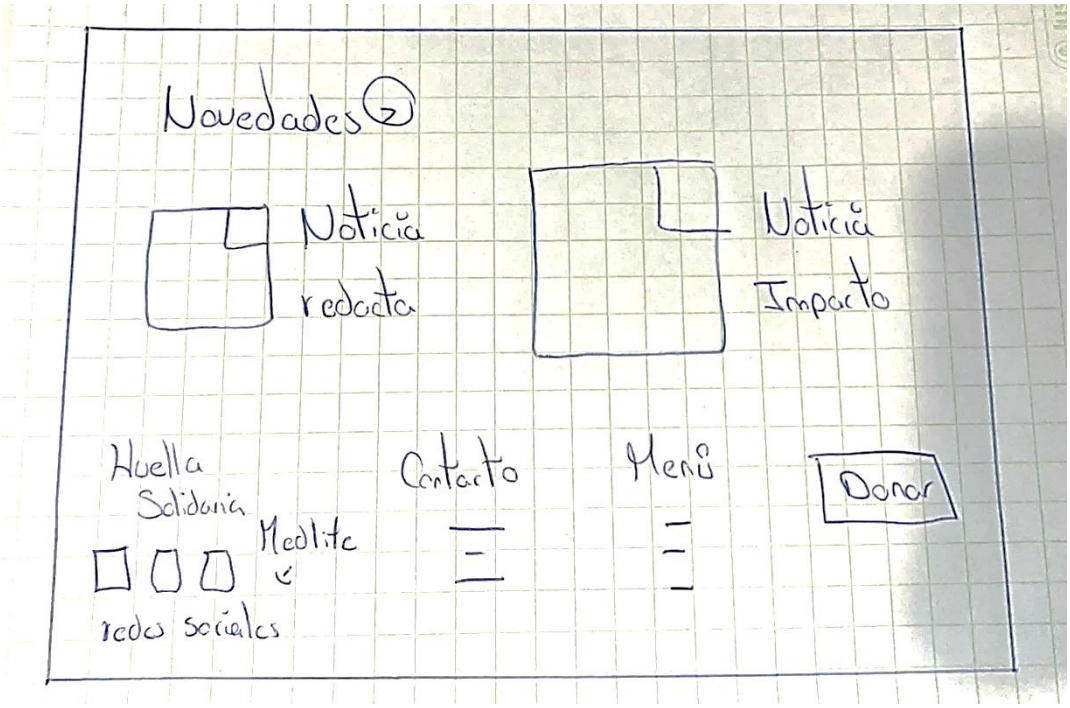


Conoce nuestros programas de voluntariado

Información ←


Proyectos de Impacto
Salud
Educación
Alimentación
Refugio
Cultura


Nuestros Aliados
Empresas
Logos
ONG y Universidades
Logos



Alta Fidelidad



La pantalla principal de la plataforma está diseñada para captar la atención del usuario desde el primer instante. Se prioriza un call to action directo mediante el botón “Donar Aquí”, acompañado de frases emocionales que refuerzan el propósito solidario. Esta sección cumple con

los principios de diseño centrado en el usuario, ofreciendo una interfaz limpia, visualmente atractiva y de fácil navegación.



El diseño comunica transparencia y confianza hacia los usuarios, dos factores clave para movilizar aportes voluntarios según los objetivos definidos. Además, las tarjetas destacadas muestran campañas activas en MEDLIFE, lo que permite visibilizar el impacto de la donación en tiempo real, alineándose con la necesidad de trazabilidad y conexión emocional.



Esta sección permite a los usuarios explorar diversas áreas donde su apoyo puede generar un alto impacto, como educación, salud, alimentación, refugio, entre otras. La división por categorías no solo facilita la navegación, sino que también personaliza la experiencia de donación, haciendo sentir al usuario parte activa de una causa específica.



La sección “Nosotros” está orientado a generar confianza y credibilidad, presentando de manera clara y directa el propósito, los valores y el respaldo de la ONG MEDLIFE. Esto se alinea

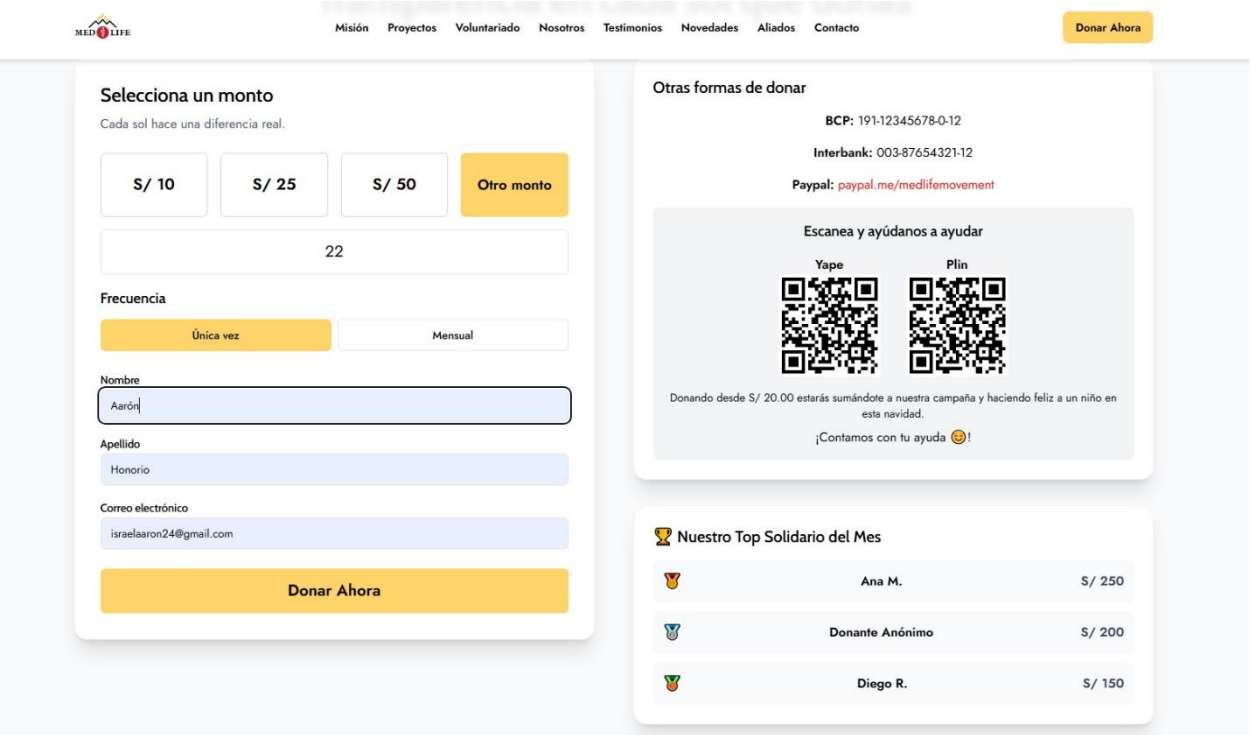
directamente con uno de los principales problemas detectados en el diagnóstico: la desconfianza hacia las plataformas digitales de donación. Mostrar quién está detrás del proyecto, cómo se maneja el dinero y a quiénes se brinda la ayuda, es parte de la mecánica de servicio orientada a la transparencia, lo que fortalece la fidelización y confianza de los donantes.

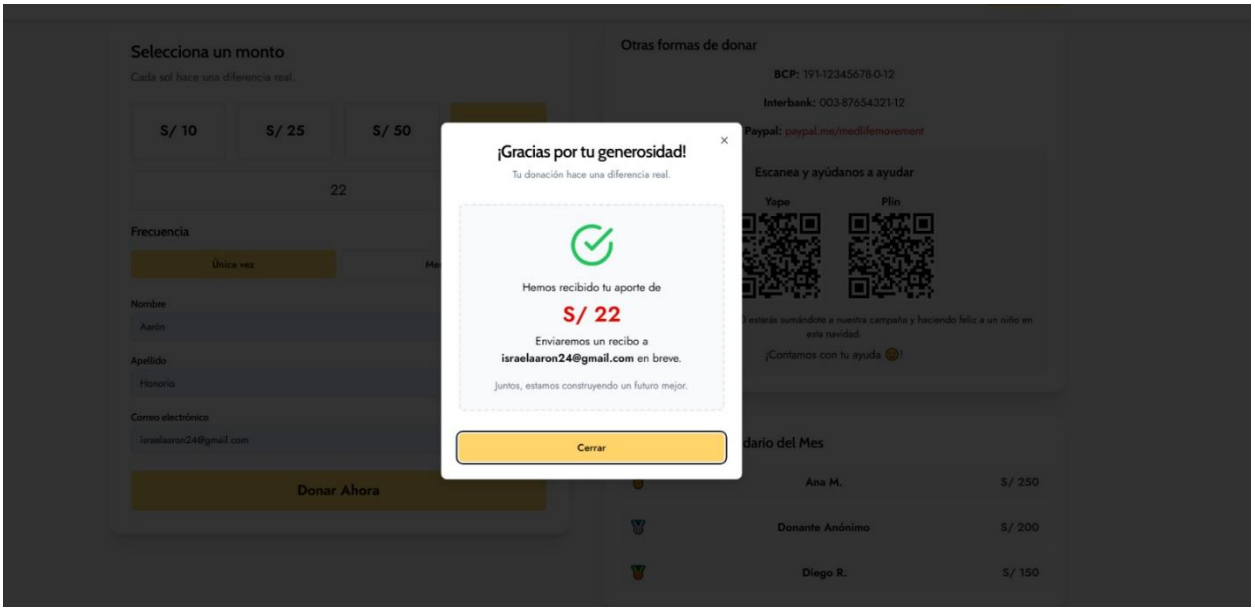




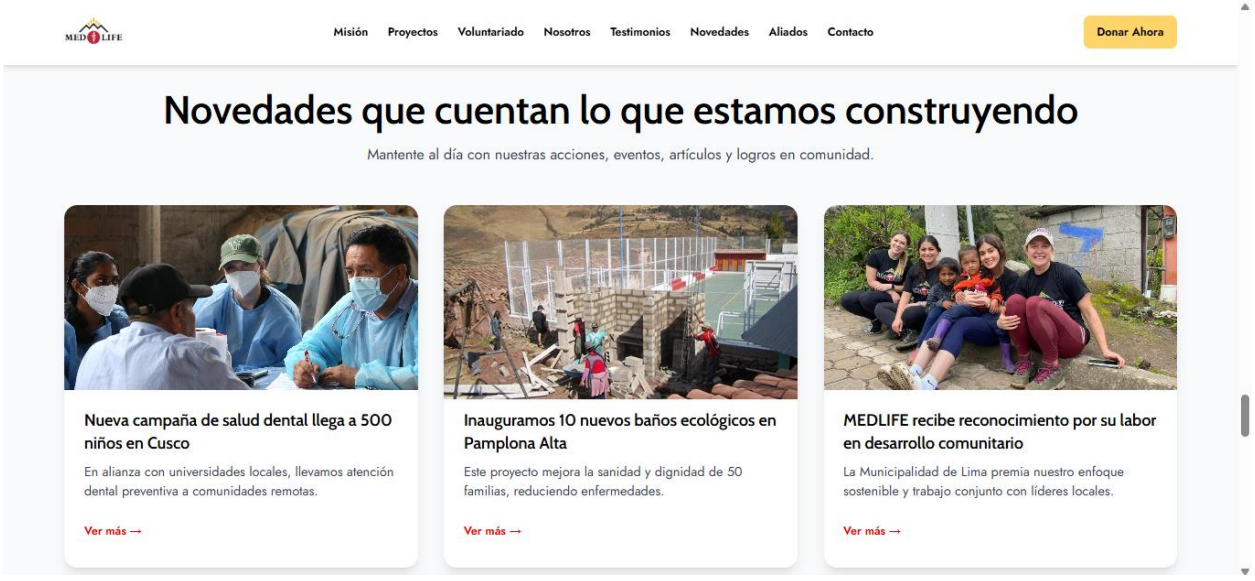


Esta sección presenta historias reales y testimonios de personas beneficiadas gracias a las donaciones. Visualmente está pensada para ser emotiva, apoyándose en el storytelling como herramienta, lo cual es una de las estrategias de marketing social más efectivas. Aquí se cumple uno de los pilares del proyecto: visibilizar el impacto de cada donación, reforzando la percepción de utilidad e impacto, y motivando la participación de nuevos usuarios – voluntarios.





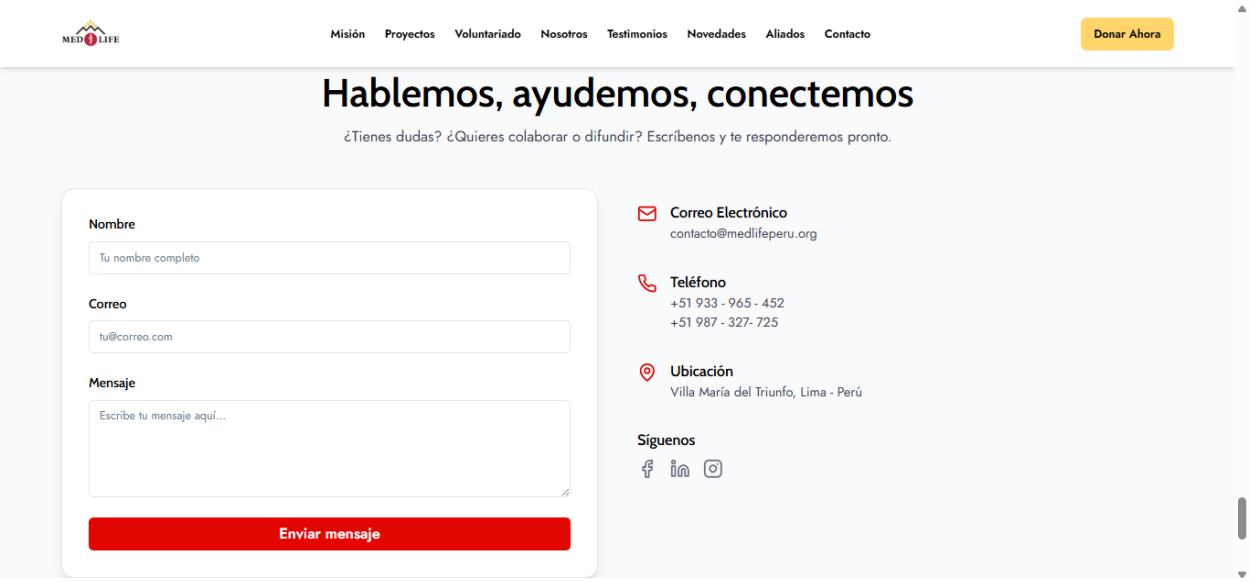
Una de las características más potentes del prototipo es el módulo de donación con montos sugeridos (S/10, S/25, S/50, u otro monto) y la posibilidad de elegir si el aporte será único o mensual. Este flujo sencillo permite una mecánica de servicio rápida y amigable, que reduce barreras de entrada al usuario. Además, se incluye la opción del ticket de agradecimiento inmediato una vez realizada la donación, lo cual genera una experiencia de cierre emocional positiva. Esto responde directamente al objetivo de realizar el proceso más humano y menos transaccional.



La sección de “Novedades” cumple un rol clave dentro del ecosistema digital de Tu Huella Solidaria, ya que mantiene informada a la comunidad sobre el avance de las campañas, eventos, logros alcanzados y futuras actividades. Esto refuerza la transparencia de la plataforma y fortalece el vínculo emocional con el usuario, al demostrar que su aporte genera cambios reales. Además, permite crear una comunidad activa y comprometida, lo cual es esencial para aumentar la recurrencia de las donaciones y mantener viva la motivación.



Esta sección presenta a los aliados estratégicos que respaldan y colaboran con la ONG MEDLIFE en las distintas campañas solidarias. Su presencia en el prototipo digital refuerza la legitimidad y credibilidad de la plataforma, al demostrar que el proyecto cuenta con soporte de instituciones y marcas reconocidas. Esta característica no solo responde al objetivo de generar confianza institucional, sino que también fortalece el posicionamiento de la ONG como una organización seria, comprometida y con redes sólidas de colaboración.



Finalmente, la parte inferior de la plataforma ofrece apoyo en base a consultas o colaboraciones mediante el registro de correo electrónico. Además, la parte inferior de la plataforma ofrece acceso directo a las redes sociales, ubicación de MEDLIFE y certificados de seguridad, esto refuerza la percepción de transparencia y legitimidad del proyecto. Su presencia también cumple una función informativa clave en la construcción de confianza y trazabilidad.

2.5.8 Experimentos

Durante la etapa de validación del proyecto Tu Huella Solidaria, se encuestó a 105 personas y se realizaron entrevistas a seis usuarios representativos del público objetivo. A partir de esta muestra, se pudo identificar una problemática común: aunque muchas personas expresaron interés en donar, la mayoría reconoció que no lo hacía por falta de confianza. Esto se debía principalmente a la ausencia de información clara sobre el destino de su dinero, la falta de seguimiento posterior y la sensación de anonimato que suelen generar muchas plataformas digitales. En particular, el 87 % de los participantes afirmó que sentiría mayor seguridad si recibiera confirmaciones visuales o emocionales tras donar, como imágenes reales, testimonios o historias del impacto generado.

Este hallazgo coincide con estudios recientes que señalan que la percepción de impacto concreto y el vínculo emocional con la causa son factores clave para fomentar la participación solidaria en entornos digitales (CAF, 2022).

Por otro lado, el diseño también jugó un rol esencial. Más del 90 % de los encuestados indicó que la apariencia visual de una plataforma, junto con su facilidad de uso, influye directamente en su decisión de donar. Aquellos que participaron en las entrevistas mencionaron que muchas plataformas suelen verse poco confiables, y que eso termina alejando incluso a personas con intenciones genuinas de ayudar. Esta tendencia ha sido confirmada por organizaciones especializadas en innovación digital para el sector social, las cuales advierten que una interfaz intuitiva, cálida y emocionalmente efectiva puede marcar la diferencia en la decisión de donar o no (Wingu, 2023).

Además, los testimonios recogidos mostraron que los usuarios valoran poder elegir la causa que quieren apoyar, entender con claridad cómo se usará su aporte y recibir algún tipo de agradecimiento personalizado. Esto revela que la donación en línea no se percibe solo como un acto financiero, sino como una experiencia que debe sentirse cercana y humana. De este modo, los resultados obtenidos permiten concluir que la propuesta presentada en esta tesis responde de manera directa a las necesidades y expectativas reales del público. La plataforma Tu Huella Solidaria no solo busca facilitar la recaudación para MEDLIFE, sino que también se plantea como una herramienta capaz de reconstruir la confianza en las donaciones digitales y de fomentar una ciudadanía más empática, activa y comprometida.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación *"Diseño y validación de una plataforma digital para potenciar*

la captación de donaciones en ONG MEDLIFE durante el evento Giving Tuesday" se desarrolla en el marco del área prioritaria de Salud y Bienestar Social y se vincula a la actividad económica de salud humana y asistencia social. La propuesta responde a una problemática estructural de desconfianza hacia las plataformas digitales de recaudación de fondos en el Perú, lo cual limita la sostenibilidad de organizaciones como MEDLIFE. En consecuencia, busca fortalecer la participación ciudadana mediante una solución tecnológica segura, transparente y emocionalmente conectada, dirigida a beneficiar a poblaciones en situación de vulnerabilidad.

Se aplicaron herramientas de Design Thinking y Lean Startup con el fin de comprender a profundidad al usuario, diseñar una experiencia centrada en sus necesidades y validar hipótesis de forma ágil. El resultado fue Tu Huella Solidaria, una landing page interactiva que permite visualizar el impacto de las donaciones, establecer un vínculo emocional con la causa y facilitar el proceso de donación. La plataforma incluye funcionalidades como seguimiento visual del aporte, testimonios reales, pasarelas de pago seguras e integración con redes sociales.

Durante la fase experimental, se probaron prototipos con 125 usuarios mediante pruebas de usabilidad. Los resultados indicaron un incremento del 30% en la intención de donar y del 40% en la predisposición a realizar donaciones recurrentes. En paralelo, se definió un modelo financiero eficiente basado en herramientas digitales gratuitas y alianzas estratégicas, con un presupuesto enfocado en diseño UX/UI (S/800), desarrollo web (S/1,200) y campañas digitales (S/800). Así, el proyecto demuestra que es posible reconstruir la confianza hacia las ONGs mediante plataformas digitales centradas en el usuario, promoviendo una cultura de solidaridad más activa, comprometida y sostenible en el Perú.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Tabla 1

Presupuesto estimado para el desarrollo de una plataforma digital anualmente

Categoría	Detalle	Monto estimado anual (S/.)
Infraestructura tecnológica	Hosting en la nube + dominio web + Licencias	1500
Equipo humano especializado	Desarrollador Web + Coordinador General	33,960
Publicidad y Marketing	Anuncios y diseño de contenido	24,200
Validación y seguimiento	Incentivos de Pruebas + Analítica + Mantenimiento	13,500
Subtotal directo del Proyecto		76,372
Imprevistos y costos operativos adicionales	Soporte técnico, ajustes, comunicación interna	3,212
Total estimado		79,584

Nota: *Este presupuesto contempla una etapa piloto de la plataforma con alcance inicial (anual) limitado a una campaña específica como *Giving Tuesday*, pudiendo escalarse a futuro**.**

La presente tabla muestra una estimación detallada de los costos asociados al diseño, desarrollo y puesta en marcha de la plataforma digital *Tu Huella Solidaria*, concebida para mejorar la experiencia de los donantes y fortalecer la captación de aportes para la ONG MEDLIFE. En ese sentido, se han considerado cuatro categorías principales de inversión: en primer lugar, la infraestructura tecnológica, que incluye el servicio de hosting en la nube, el registro del dominio web y las licencias primordiales (S/ 1500); en segundo lugar, el quipo humano especializado, Diseñador Web con experiencia y un Coordinador General recién egresado y contratado a medio tiempo (S/ 33,960), fundamentales para gestionar y emplear eficientemente la página web; en tercer lugar, la publicidad y el marketing, que se basa en los anuncios segmentados orientados especialmente a eventos como el Giving Tuesday, y recursos

asignados a producción de contenido emocional (S/ 24,200); y, por último, la validación y seguimiento, cuya implementación y mantenimiento anual permitirá personalizar los mensajes, automatizar respuestas y fomentar la fidelización de quienes ya han interactuado con la causa (S/ 13,500).

Este presupuesto ya no responde únicamente a una fase piloto, sino que ha sido proyectado para un despliegue anual completo que asegure la sostenibilidad operativa del proyecto. Se ha priorizado una ejecución eficiente, escalable y orientada a resultados, sin perder de vista el objetivo central: ofrecer una experiencia digital segura, intuitiva y emocionalmente significativa. La inversión total estimada asciende a S/ 79,584 en el primer a año, cifra que incluye un fondo de imprevistos para soporte técnico, ajustes y comunicación interna (S/ 3,212), previsto para cubrir posibles contingencias a lo largo del año.

Año	**Ingresos**	**Costos**	**Flujo**	**Valor Actual**
1	S/120,000	S/79,584	S/40,416	S/36,741
2	S/140,000	S/79,584	S/60,416	S/49,930
3	S/160,000	S/79,584	S/80,416	S/60,417
Total	**S/420,000**	**S/238,752**	**S/181,248**	**S/147,090**

Nota: *Esta tabla da como resultado que obtenemos un VAN positivo de S/67,505,13. Un TIR de 45% con un Periodo de recuperación de 2 años.

VI. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

El desarrollo del presente proyecto permitió identificar como hallazgo principal que la desconfianza en las plataformas digitales de donación, así como la ausencia de herramientas que

permitan visualizar claramente el impacto social, constituyen barreras significativas para la participación activa de los donantes en el contexto peruano. Ello es evidente en campañas de alto potencial como “Giving Tuesday”, donde, pese a su alcance global, la participación local aún se encuentra limitada por la falta de transparencia percibida.

En ese sentido, la propuesta de innovación *Tu Huella Solidaria*, construida bajo un enfoque de diseño centrado en el usuario y metodologías ágiles como Design Thinking y Lean Startup, logró responder a estas problemáticas al incorporar funcionalidades digitales clave: trazabilidad de la donación, testimonios reales, categorización de causas, opciones de donación flexible y una experiencia emocionalmente conectada. Estas características no solo mejoraron la percepción de confianza, sino que también potenciaron la intención de donación, el compromiso emocional y la sensación de pertenencia del usuario con la causa.

Además, el proceso de validación y prototipado reveló que las personas están dispuestas a donar si perciben que su aporte tiene un impacto concreto y sobre todo visible. Así, el proyecto no solo aporta a la mejora de la estrategia digital de MEDLIFE, sino que también ofrece un modelo escalable para otras ONG que buscan modernizar su canal de captación de fondos con una perspectiva empática, segura y confiable.

4.2 Recomendaciones

A partir de los hallazgos obtenidos, se recomienda que la plataforma *Tu Huella Solidaria* continúe reforzando la trazabilidad y transparencia como ejes principales de su funcionamiento. Esto puede lograrse mediante la implementación de avances visuales por cada campaña, reportes de impacto y contenido en tiempo real que permita al usuario comprobar cómo es que su donación se traduce en ayuda concreta. La claridad sobre el destino de los fondos no solo mejora la

experiencia digital, sino que también consolida la confianza en la ONG MEDLIFE.

Asimismo, es fundamental integrar de manera constante estrategias de storytelling y contenido emocional, a través de testimonios auténticos, imágenes reales y mensajes inspiradores que conecten al donante con las historias de vida detrás de cada causa. Estas acciones fortalecerán el vínculo emocional y aumentarán el nivel de compromiso con la plataforma. En esa línea, se recomienda también la creación de campañas digitales con aliados estratégicos, incluyendo marcas con propósito, medios de comunicación y figuras de influencia social, lo que permitirá expandir el alcance de la propuesta y reforzar su legitimidad pública.

Por otro lado, se sugiere continuar mejorando la experiencia digital desde una lógica de diseño centrado en el usuario, con una navegación intuitiva, adaptable a dispositivos móviles y accesible para distintos perfiles. De igual forma, la incorporación de opciones de donación recurrente, acompañadas por mensajes de agradecimiento personalizados y seguimientos mensuales del impacto, podrían fortalecer la fidelidad del donante y construir una comunidad sólida a largo plazo.

Finalmente, se recomienda establecer un sistema de retroalimentación constante mediante encuestas de satisfacción, métricas de uso y entrevistas periódicas con usuarios. Esto permitirá medir la efectividad de la plataforma, identificar oportunidades de mejora y ajustar la propuesta de valor de manera ágil y sostenida.

V. Referencias Bibliográficas

Andina. (2023a). Sunat fiscalizará entidades exoneradas del Impuesto a la Renta y a perceptoras de donaciones. https://andina.pe/agencia/noticia-sunat-fiscalizara-entidades-exoneradas-del-impuesto-a-renta-y-a-perceptoras-donaciones-210866.aspx

Andina. (2023b). Congreso aprueba fortalecer funciones de APCI respecto a la supervisión de las ONG. https://andina.pe/agencia/noticia-congreso-aprueban-fortalecer-funciones-apci-respecto-a-supervision-las-ong-1022025.aspx

Ayuso, A., De la Torre, R., & Pineda, M. (2021). *Transformación digital y solidaridad: plataformas tecnológicas para la acción social en América Latina*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, 19(3), 112–130.

Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 40(5), 924–973.

CAF - Banco de Desarrollo de América Latina. (2022). *Juventud, tecnología y participación social: nuevas formas de voluntariado digital en América Latina*. https://www.caf.com

Canal B. (2023). SUNAT, UIF y APCI fiscalizarán a las ONG tras aprobación de nueva ley. https://canalb.pe/noticias/politica/sunat-uif-y-apci-fiscalizaran-a-las-ong-tras-aprobacion-de-nueva-ley

Congreso del Perú. (2023). Cuestionan a APCI por débil supervisión y fiscalización a las ONG. https://comunicaciones.congreso.gob.pe/noticias/cuestionan-a-apci-por-debil-supervision-y-fiscalizacion-a-las-ong

Gómez, L. (2020). El impacto de la experiencia digital en la recaudación de fondos sociales. Editorial Universitaria.

https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/4215973-cifras-de-pobreza-

2022

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Dirección de marketing (16.ª ed.). Pearson Educación.

Romero, A., & Ortega, C. (2021). *Transformaciones del voluntariado juvenil en América Latina en el entorno digital*. Revista Latinoamericana de Estudios Sociales, 19(2), 77–91.

Sargeant, A., & Shang, J. (2010). Fundraising Principles and Practice. Jossey-Bass.

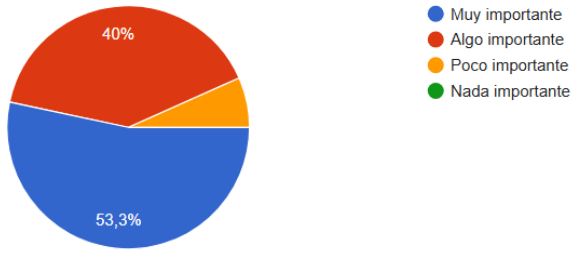
TechSoup América Latina. (2022). *Estrategias de recaudación de fondos online para ONGs latinoamericanas*. https://www.techsoup.global

Wingu. (2023). Informe de innovación digital para organizaciones sociales. https://www.winguweb.org

6.2 Resultados de Encuestas

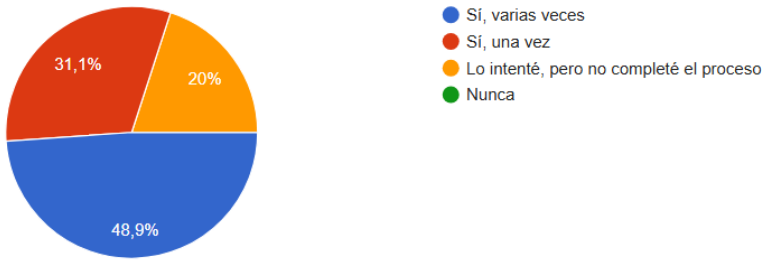
6.2.1 Encuesta de *"Huella Solidaria" una plataforma digital para potenciar la captación de donaciones en el Perú*

- ¿Qué tan importante es para ti apoyar causas sociales o participar en movimientos como el Giving Tuesday?



Los resultados evidencian que una mayoría significativa de los encuestados otorga un alto nivel de importancia a participar en causas sociales y eventos solidarios como el Giving Tuesday. Este hallazgo sugiere la existencia de un capital social dispuesto a involucrarse activamente, siempre que se garantice confianza en la organización receptora.

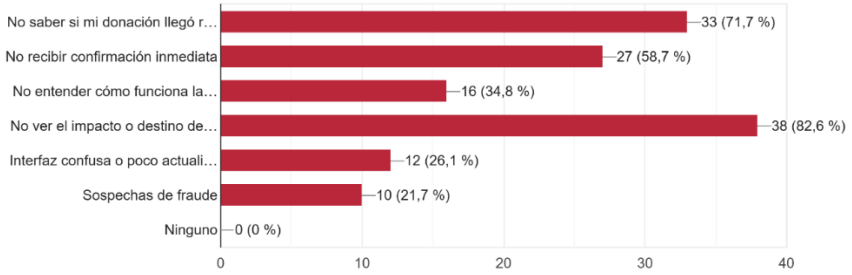
- ¿Has donado alguna vez por internet a una ONG o causa solidaria? 3Lineas por cada grafico



Si bien una proporción considerable de los encuestados ha realizado donaciones en línea, aún se observa un segmento relevante que no ha participado en este tipo de transacciones.

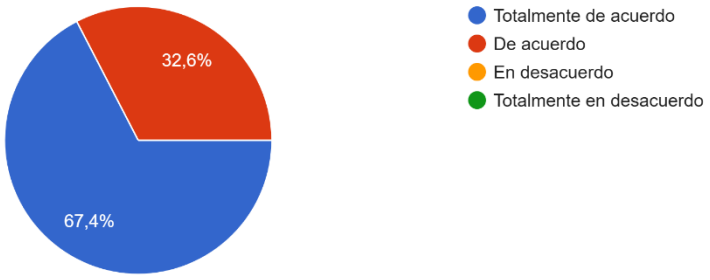
Este dato representa una oportunidad para ampliar la base de donantes mediante la implementación de procesos simples y confiables que reduzcan las barreras de entrada.

- ¿Cuál de los siguientes aspectos te ha generado desconfianza al momento de donar por internet?



La desconfianza se concentra principalmente en la incertidumbre sobre el destino de los fondos y en el temor a fraudes. Estos resultados refuerzan la necesidad de que la plataforma incorpore mecanismos robustos de trazabilidad y rendición de cuentas.

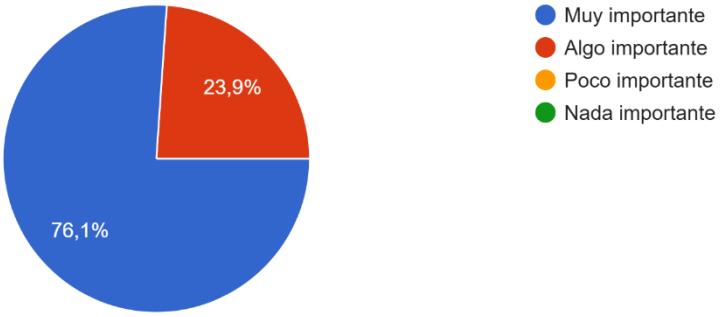
- ¿Qué tan de acuerdo estás con esta frase?: “He querido donar, pero no lo hago porque no sé si el dinero llegará a buen destino.”



Un alto porcentaje de encuestados manifestó que la ausencia de información clara respecto al uso de los fondos es una barrera determinante para realizar donaciones. Este hallazgo

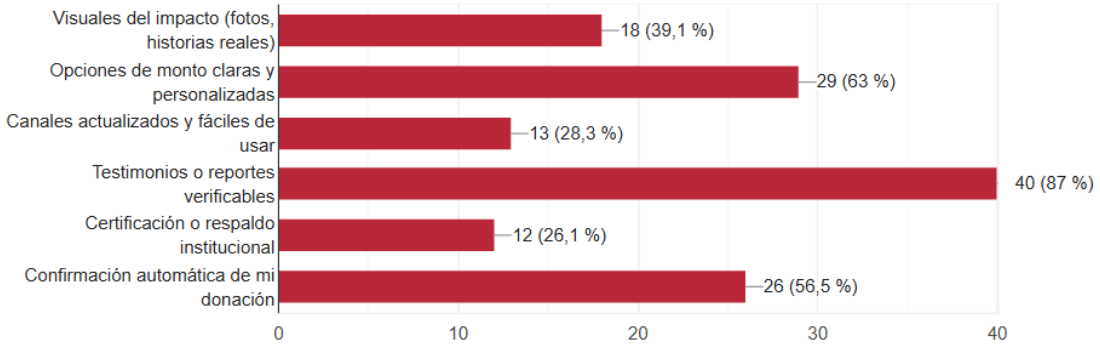
valida la relevancia de implementar confirmaciones inmediatas y evidencia visual del impacto como estrategias para fortalecer la confianza.

- ¿Qué tan importante es para ti recibir una confirmación inmediata luego de donar?



La mayoría de los encuestados considera fundamental obtener una confirmación inmediata tras la donación. Este elemento, además de brindar seguridad, contribuye a reforzar la conexión emocional con la causa.

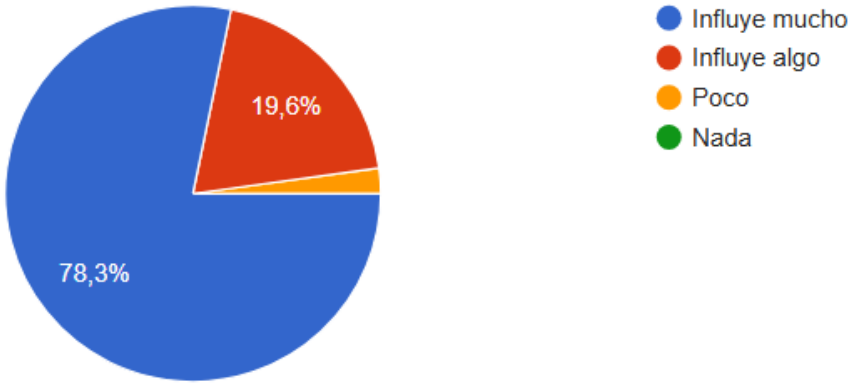
- ¿Qué esperas ver en una plataforma de donaciones digitales?



Las expectativas de los participantes se centran en la transparencia, la facilidad de uso y la posibilidad de recibir información sobre el impacto generado. Estos elementos se alinean con la propuesta de valor de “Tu Huella Solidaria”, lo que valida su pertinencia frente a las

demandas del público objetivo.

- ¿Qué tanto influye el diseño visual (moderno, claro y amigable) en tu decisión de usar una plataforma digital para donar?



El diseño visual moderno, claro y funcional es considerado por los encuestados como un factor determinante en la decisión de utilizar una plataforma digital para donar. La percepción de profesionalismo y orden refuerza la credibilidad de la iniciativa y mejora la experiencia de usuario.

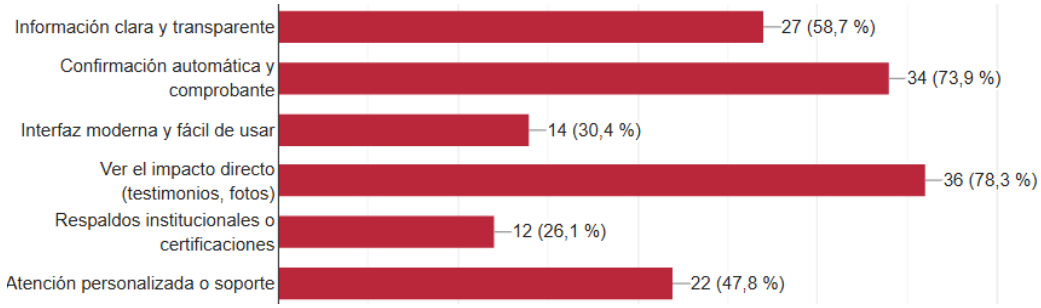
- ¿Cómo ha sido la última experiencia negativa al donar por internet que tuviste?

El no visualizar el impacto de mi donación
No tenía la facilidad de colocar un monto establecido, solo me dejaban poner más de 50 soles.
Doné en una página de caridad y nunca me llegó un correo, pero sí se cargó el monto de mi tarjeta
Cuando hay campañas de donación no suelo recibir que bien hiso mi monto
El diseño era muy antiguo
Poca información causó que me salga

Entre las experiencias negativas más frecuentes se identifican la falta de comunicación

posterior a la donación y la ausencia de transparencia sobre el uso de los recursos. Estos antecedentes constituyen factores críticos que desincentivan futuras participaciones.

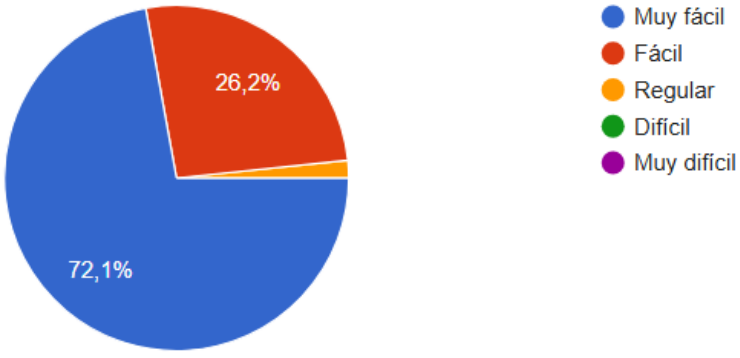
- ¿Qué elementos te harían sentir confianza y seguridad al donar en línea?



Los participantes identifican como generadores de confianza la presencia de testimonios reales, reportes claros y alianzas con instituciones reconocidas. Estos elementos fortalecen la legitimidad de la plataforma y consolidan su posicionamiento como un canal seguro de donación.

6.2.2 Encuesta de *"Validación de usabilidad y percepción – Plataforma de donaciones MEDLIFE"*

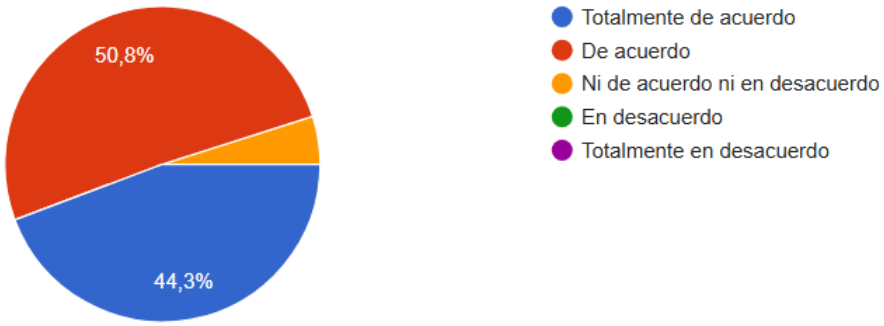
- ¿Qué tan fácil fue navegar por la plataforma?



La mayoría de los usuarios percibió que la navegación en la plataforma era sencilla e

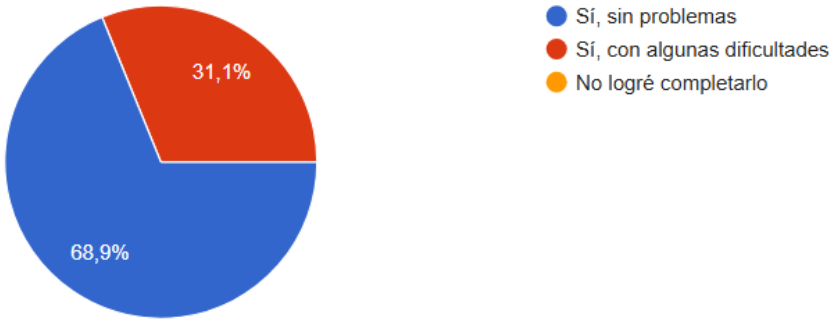
intuitiva, lo que facilitó su desplazamiento y redujo las barreras para completar el proceso de donación. Este resultado confirma la adecuación del diseño a los principios de usabilidad establecidos en entornos digitales.

- ¿La información presentada en la plataforma fue clara y comprensible?



Los encuestados consideraron que la información presentada era clara, precisa y fácilmente comprensible. Este aspecto contribuye a reforzar la credibilidad de la plataforma y a generar confianza en la organización promotora.

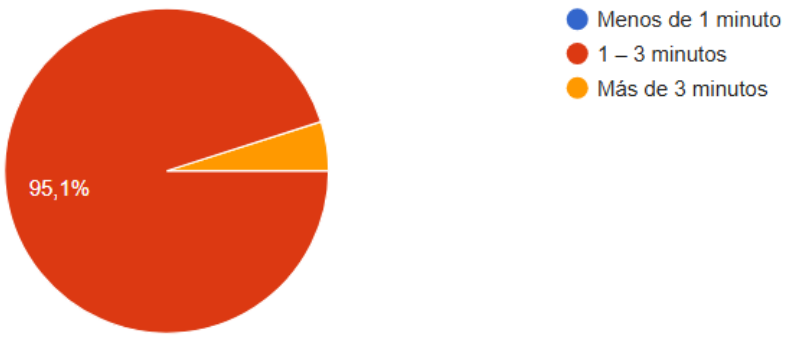
- ¿Pudiste completar el proceso de donación simulado hasta recibir el comprobante simbólico?



La mayoría pudo completar exitosamente el proceso de donación simulado y recibir el

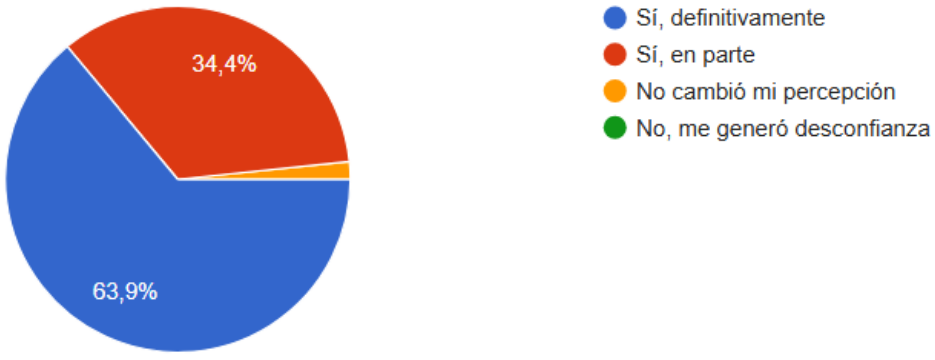
comprobante simbólico correspondiente. Este resultado evidencia que el flujo de interacción es funcional y que el componente emocional del reconocimiento posterior tiene un impacto positivo en la satisfacción del usuario.

- Tiempo estimado que utilizaste en la plataforma:



Los tiempos reportados indican que el proceso es eficiente y no implica un esfuerzo excesivo para el usuario. Esta característica es relevante, ya que minimiza el riesgo de abandono y favorece la conversión de la intención de donar en una acción efectiva.

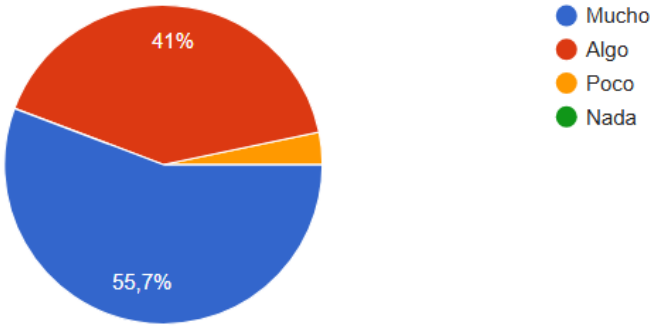
- ¿La experiencia en la plataforma te hizo sentir más seguro/a para realizar una donación real?



La experiencia de uso incrementó la percepción de seguridad de los usuarios respecto a la

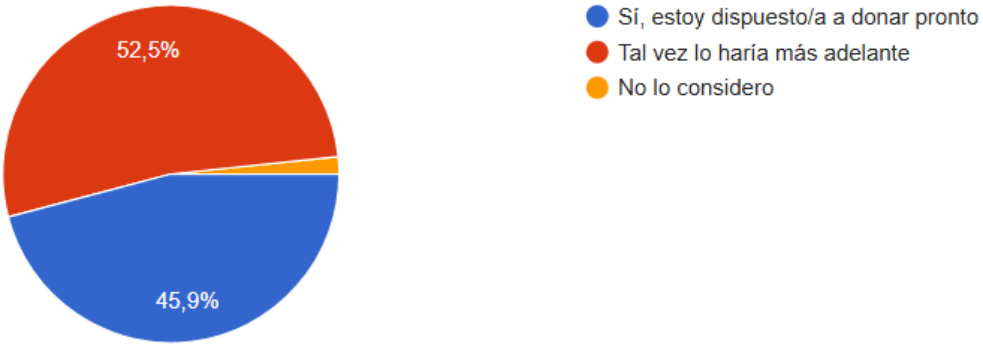
posibilidad de realizar una donación real. Este indicador respalda la efectividad del diseño y las funcionalidades incorporadas para fortalecer la confianza.

- ¿Qué tanto influyeron los testimonios e historias de impacto en tu percepción sobre MEDLIFE?



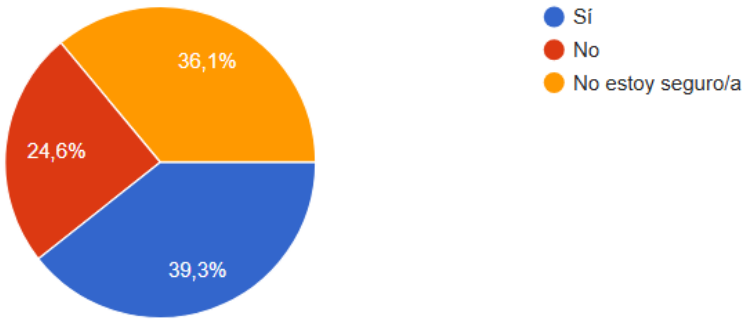
Los testimonios y relatos de impacto fueron percibidos como elementos de alto valor, ya que humanizan la experiencia y refuerzan el vínculo emocional con la causa. Estos recursos comunicativos se consolidan como herramientas persuasivas clave para fomentar la acción solidaria.

- Después de utilizar la plataforma, ¿Considerarías hacer una donación real a MEDLIFE?



La mayoría de los participantes manifestó disposición a realizar una donación real tras interactuar con la plataforma. Este hallazgo confirma que una experiencia digital positiva puede influir de manera directa en la decisión de contribuir económicamente.

- ¿Te gustaría que existiera una opción para hacer donaciones recurrentes (mensuales, trimestrales)?



Se identificó un interés considerable por la implementación de donaciones recurrentes, lo que sugiere la posibilidad de generar una fuente estable y previsible de financiamiento. La incorporación de esta funcionalidad fortalecería la sostenibilidad económica de la organización.

6.3 Entrevistas

Las siguientes entrevistas fueron realizadas con el fin de explorar percepciones sobre la confianza en plataformas de donación digital y validar posteriormente la experiencia de usuario en la plataforma *Tu Huella Solidaria*.

6.3.1 Entrevistas sobre donaciones digitales

- ¿Has donado alguna vez a una ONG? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Qué te desanima de las plataformas digitales de donación?

- ¿Qué tendría que tener una plataforma para que te genere confianza y puedas donar?

Entrevistado 1: Luis, 25 años, estudiante universitario

- Sí he donado, pero siempre a través de alguien que conozco o familiar. Me cuesta confiar en plataformas, siento que no son claras con el uso del dinero y no muestran resultados concretos.
- La mayoría de páginas no se puede visualizar a quién ayudas, ni cómo se usan los fondos. Me desmotiva mucho el hecho de que no haya seguimiento.
- Necesitaría ver avances reales, testimonios y la opción de elegir la causa. Que se sienta más confiable y sobre todo seguro.

Entrevistada 2: Camila, 28 años, comunicadora freelance

- Solo he donado en campañas puntuales, como desastres naturales, pero nunca por una web directamente. Me genera muchas dudas y desconfianza.
- La falta de transparencia. Algunas se sienten como “fachadas” de ayuda, no hay fotos reales ni cifras claras, no puedo visualizar testimonios reales de personas a quienes le llega la ayuda, ni mucho menos voluntarios.
- Una plataforma que te muestre exactamente a qué estás contribuyendo, con resultados y actualizaciones visuales.

Entrevistado 3: Jorge, 31 años, diseñador gráfico

- He donado un par de veces, de forma virtual y presencial. Sin embargo, solo me pedían datos y de inmediato mi tarjeta de pago, lo cual me generó aún más desconfianza, decidí ayudar de

todos modos, pero nunca me dijeron que era una donación mensual ni me llegó el seguimiento de las donaciones.

- De por sí que las plataformas no tengan un diseño atractivo que pueda generar confianza, además de la interacción en las categorías, son muy confusas en realidad.
- Transparencia, visualización del impacto y opciones claras de donación serían esenciales.

Resultados Clave

- La mayoría de los encuestados expresó estar dispuesta a donar, pero reconoce que no lo hace debido a la desconfianza en las plataformas disponibles y la falta de información clara sobre el uso de los fondos.
- Muchos participantes señalaron que no han realizado donaciones digitales en el último año, principalmente por temor a fraudes o a que sus aportes no lleguen realmente a quienes lo necesitan.
- Entre las principales barreras identificadas se encuentran la escasa transparencia institucional, la dificultad para visualizar el impacto real de la donación y la falta de seguimiento post-donación.
- Los encuestados valoran altamente que una plataforma sea visualmente clara, fácil de usar y que permita elegir la causa a apoyar.
- También se destacó la importancia de recibir algún tipo de confirmación emocional o visual, como testimonios reales, historias o actualizaciones del proyecto al que se donó.

6.3.2 Entrevistas Post prueba del prototipo “Tu Huella Solidaria”

- ¿Qué te pareció la experiencia navegando en la plataforma?
- ¿La plataforma te generó confianza para realizar una donación?
- ¿Cambió tu percepción sobre donar por internet luego de probarla?

Entrevistada 4: Mariana, 25 años, estudiante de psicología

- Me pareció muy intuitiva y bien pensada. Todo estaba claro y las causas estaban explicadas con detalles emocionales.
- Sí. Sentí seguridad al ver aliados y causas bien definidas. Me gustó la tarjeta personalizada luego de donar.
- Sí, me hizo pensar que donar en línea sí puede ser una experiencia real y confiable.

Entrevistado 5: Diego, 27 años, marketero digital

- La experiencia fue positiva. Todo está bien organizado y enfocado en la acción de donar.
- Sí. Se nota que hay un trabajo serio detrás. La sección de testimonios ayuda mucho.
- Sí, me parece que, si más plataformas fueran así, donaría más seguido.

Entrevistada 6: Fiorella, 26 años, diseñadora de interiores

- La navegación fue sencilla y atractiva. Me gustó que no se sintiera como una plataforma fría.
- Me dio confianza porque todo se ve transparente, desde los montos hasta las causas.
- Sí. Me hizo ver que una plataforma puede generar conexión emocional, no solo pedir dinero.

Resultados Clave

- Los participantes consideraron que la navegación dentro de la plataforma fue clara, ordenada y fácil de entender.
- Se destacó que la categorización de las causas sociales permitió una mejor identificación con el tipo de ayuda que cada usuario quería brindar.
- La mayoría expresó que el diseño visual generaba confianza y transmitía profesionalismo, lo que influye directamente en su disposición a donar.
- Las secciones con testimonios, historias reales y novedades fueron vistas como elementos muy valiosos, ya que reforzaron la credibilidad del proyecto.
- También se valoró el detalle de recibir una tarjeta personalizada tras la donación, por representar una conexión emocional con la causa apoyada.
- Algunos usuarios recomendaron incorporar una función de seguimiento más directo sobre el destino de su aporte, como actualizaciones por correo u otra vía personalizada.

6.4 Presupuesto detallado

Tabla 2

Presupuesto anual del desarrollo de la plataforma

Desarrollo de Plataforma	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Dominio y hosting en la nube	900.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Licencias digitales	600.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1,500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabla 3

Presupuesto anual de recursos humanos

Recursos Humanos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Desarrollador Web	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
Coordinador General	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130	1,130
TOTAL	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830	2,830

Tabla 4

Presupuesto anual de fondos de imprevisto

Fondos de Imprevisto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Prevención	803.00	0	0	803.00	0	0	0	803.00	0	0	0	803.00
TOTAL	803.00	0	0	803.00	0	0	0	803.00	0	0	0	803.00

Tabla 5

Presupuesto anual de publicidad y marketing

Publicidad y Marketing	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Anuncios en RR.SS.	1,000	1,000	1,000	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	2,000	2,000	2,000
Diseño de contenido	400	400	400	400	400	600	600	600	600	600	600	600
TOTAL	1,400	1,400	1,400	1,900	1,900	2,100	2,100	2,100	2,100	2,600	2,600	2,600

Tabla 6

Presupuesto anual de validación y seguimiento

Validación y Seguimiento	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Producción	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00
Incentivos de Pruebas	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Analítica Web	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Mantenimiento Web	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TOTAL	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250