

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



**EL COMERCIO INFORMAL EN EL EMPORIO COMERCIAL DE
GAMARRA**

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

AUTOR:

STEPHANO PAOLO VENANCINO FIGUEROA

<https://orcid.org/0009-0006-9154-9649>

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Diseño y Gestión de la Moda

MERLY EVELYN YARLEQUE SANTISTEBAN

<https://orcid.org/0009-0006-4697-1525>

Asesor

CHRISTIAN MARTÍN BARRETO BARDALES

<https://orcid.org/0009-0000-3086-0376>

Lima - Perú
2024

NOMBRE DEL TRABAJO

**Tutti- R INNOV -STEPHANO PAOLO VEN
ANCINO FIGUEROA.pdf**

RECUENTO DE PALABRAS

13486 Words

RECUENTO DE CARACTERES

73708 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

100 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.1MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 10, 2024 12:11 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 10, 2024 12:12 PM GMT-5**● 7% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado

● 7% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	scielo.org.pe Internet	1%
2	depor.com Internet	<1%
3	repositorio.udesa.edu.ar Internet	<1%
4	coursehero.com Internet	<1%
5	repositorio.uladech.edu.pe Internet	<1%
6	socialinnovasciences.org Internet	<1%
7	goconqr.com Internet	<1%
8	ilo.org Internet	<1%

9	fourweekmba.com Internet	<1%
10	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2024-05-07 Submitted works	<1%
11	Universidad San Ignacio de Loyola on 2021-06-23 Submitted works	<1%
12	University College London on 2020-05-17 Submitted works	<1%
13	Radboud Universiteit Nijmegen on 2021-01-16 Submitted works	<1%
14	telmoraindependent.net Internet	<1%
15	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2024-07-06 Submitted works	<1%
16	diosessano.com Internet	<1%
17	es.reuters.com Internet	<1%
18	Barcelona School of Management on 2021-11-12 Submitted works	<1%
19	Universidad Peruana de Las Americas on 2022-11-25 Submitted works	<1%
20	Universidad TecMilenio on 2024-02-10 Submitted works	<1%

21	Universidad Cesar Vallejo on 2016-12-09 Submitted works	<1%
22	larepublica.pe Internet	<1%
23	repositorio.unsaac.edu.pe Internet	<1%
24	gob.pe Internet	<1%
25	wes1.ciao.com Internet	<1%
26	sdeibar.com Internet	<1%
27	repositorio.unfv.edu.pe Internet	<1%
28	Lauder Business School on 2023-11-05 Submitted works	<1%
29	University of Houston System on 2002-12-16 Submitted works	<1%
30	docplayer.es Internet	<1%
31	spanish.chinatoday.com.cn Internet	<1%
32	trisignal.sakura.ne.jp Internet	<1%

33	portafolio.co Internet	<1%
34	University of Technology, Sydney on 2022-10-02 Submitted works	<1%
35	ecampus.itcilo.org Internet	<1%
36	ejecutortolima.gov.co Internet	<1%
37	repositorio.pucp.edu.pe Internet	<1%
38	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet	<1%
39	sdg.humanrights.dk Internet	<1%
40	transportesynegocios.wordpress.com Internet	<1%
41	mdpi.com Internet	<1%
42	pdamexico.net Internet	<1%
43	hdl.handle.net Internet	<1%
44	ufs on 2024-03-25 Submitted works	<1%

45

es.scribd.com

Internet

<1%

46

jiem.org

Internet

<1%

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación "Tutti" se idea en base a la informalidad que existe, es persistente y se considera un obstáculo importante para el progreso económico y social. Se desenvuelve en un contexto del área estratégica comercial más recurrente del Perú donde se desarrollan diversas actividades comerciales manufactureras, comercio y otras actividades de servicios. Surge por la falta de conocimiento y capacitación por parte de los comerciantes informales en el Emporio Comercial de Gamarra con respecto a data importante que los encamine a la formalidad. Se tiene como población beneficiaria a los comerciantes informales y formales en un rango de edad de 20 a 40 años. Esta problemática es de suma importancia abordarla porque es un sector fundamental de la economía que implica el crecimiento económico y el bienestar social.

Se aplicó la metodología creativa de Toulouse Thinking donde consta de dos etapas; en la etapa abstracta se contempla la investigación del contexto, el entendimiento con el usuario y la problemática, el diseño del modelo de negocio, las soluciones existentes del mercado y nuestros referentes. En la etapa concreta desarrollamos herramientas cuantitativas y cualitativas donde empleamos entrevistas, encuestas y talleres generativos que permitieron dirigir nuestra propuesta hacia un horizonte viable y factible con una continua retroalimentación.

La propuesta innovadora consiste en una alternativa eficaz de practicidad en la adquisición de información a través de un aplicativo móvil, se trata de un sistema tecnológico que facilita información relevante y precisa para incorporar a los emprendedores al camino de la formalidad de manera que tenga un impacto social.

En la experimentación se realizó el diseño del prototipo de un aplicativo móvil donde se buscaba evidenciar la factibilidad, viabilidad y verificar el uso de la interfaz. El público objetivo participó de entrevistas y talleres generativos (ideación, prototipado y validación), que permitió aprobar la viabilidad de la idea de negocio "tutti", que es una palabra memorable que impregna en la mente del consumidor, donde se utilizará de manera estratégica frases motivadoras para el lector.

4 personas entre vendedores formales, clientes y vendedores formales de 20 a 50 años en Lima Metropolitana dieron opiniones en los talleres generativos y validación. Como resultado se obtuvo la acogida de la distribución de información en los apartados que se distribuyen en las pantallas, teniendo en cuenta el interés del usuario con los temas establecidos. Los resultados demostraron que hay una necesidad de educación y conocimiento sobre el problema, y que las actividades recreativas son muy importantes. Como resultado, se creó una propuesta más interactiva.

Alrededor del 90% de los participantes encuentran el aplicativo móvil tutti muy interesante y puede ser atractivo para vendedores formales e informales, y el

90% de los invitados opinan que la interfaz de tutti es fácil de usar y tiene contenido útil. Debido a la problemática y la falta de atención, todos los participantes se interesaron por la propuesta. Como resultado, se concluye que el uso del aplicativo móvil tutti es una herramienta digital efectiva para ayudar y concientizar a los vendedores informales y formales sobre la formalidad, lo que les permitirá capacitarse y educarse para un futuro próspero.

Finalmente tenemos que tutti es una app con mucho potencial si se le saca provecho es una app única en su categoría y se espera que mensualmente supere los 1000 usuarios en el servicio premium conforme a los diversos talleres que se realizaron sabemos que este es un resultado posible debido a lo que la app tiene para ofrecer.