

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



UN CHANCE +

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño
Gráfico

AUTOR:

HEIDY YARUMI PAUCAR TAPIA
<https://orcid.org/0009-0000-3992-6386>

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

AUTOR:

LISEL MILAGROS MERINO ANCHISI
<https://orcid.org/0009-0005-7632-9333>

Asesor

ELIZABETH DUARTE GUARDIA
<https://orcid.org/0009-0003-4024-5176>

Lima - Perú
2023

NOMBRE DEL TRABAJO

**UN CHANCE + - C_INNOV - HEIDY YARU
MI PAUCAR TAPIA.pdf**

RECUENTO DE PALABRAS

91865 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

155 Pages

FECHA DE ENTREGA

Jul 10, 2024 12:11 PM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

456571 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.0MB

FECHA DEL INFORME

Jul 10, 2024 12:14 PM GMT-5**● 6% de similitud general**

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

- 4% 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
- Material citado

● 6% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 4% 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	upc.aws.openrepository.com Internet	<1%
2	tesis.pucp.edu.pe Internet	<1%
3	hdl.handle.net Internet	<1%
4	uniminuto on 2024-05-17 Submitted works	<1%
5	ucv.edu.pe Internet	<1%
6	repositorio.tls.edu.pe Internet	<1%
7	america-retail.com Internet	<1%
8	talentiam.com Internet	<1%

9	ESIC Business & Marketing School on 2023-12-22 Submitted works	<1%
10	zaguan.unizar.es Internet	<1%
11	es.fashionnetwork.com Internet	<1%
12	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet	<1%
13	b-green.pe Internet	<1%
14	Universidad TecMilenio on 2024-01-29 Submitted works	<1%
15	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad... Submitted works	<1%
16	Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-11-11 Submitted works	<1%
17	Universidad Catolica de Avila on 2023-09-06 Submitted works	<1%
18	Novoa Carrillo, Paola Alessandra Ramos Huaman, Carol Magnolia Rein... Publication	<1%
19	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-10-23 Submitted works	<1%
20	ubu.es Internet	<1%

21	lacamara.pe Internet	<1%
22	Universidad Europea de Madrid on 2023-09-22 Submitted works	<1%
23	informativoax.net Internet	<1%
24	Universidad TecMilenio on 2024-05-18 Submitted works	<1%
25	Carrasco, Daniel Enrique Neyra Márquez, Diego Alejandro Escobar A... Publication	<1%
26	led.tucuman.gov.ar Internet	<1%
27	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-07-14 Submitted works	<1%
28	Universidad Rey Juan Carlos on 2023-06-13 Submitted works	<1%
29	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2016-10-11 Submitted works	<1%
30	ucal.edu.pe Internet	<1%
31	Universidad Anahuac México Sur on 2024-05-06 Submitted works	<1%
32	clubensayos.com Internet	<1%

33	repositorio.unap.edu.pe Internet	<1%
34	Universidad de La Laguna on 2024-07-08 Submitted works	<1%
35	Universidad San Ignacio de Loyola on 2016-11-24 Submitted works	<1%
36	aws.amazon.com Internet	<1%
37	dadun.unav.edu Internet	<1%
38	Maastricht University on 2024-07-05 Submitted works	<1%
39	CEIPA Fundación Universitaria CEIPA on 2024-07-01 Submitted works	<1%
40	Universidad TecMilenio on 2024-01-20 Submitted works	<1%
41	espana.cittys.com Internet	<1%
42	portal.apci.gob.pe Internet	<1%
43	Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC on 2022-0... Submitted works	<1%
44	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2021-03-16 Submitted works	<1%

45	Universidad Argentina John F. Kennedy on 2023-04-12 Submitted works	<1%
46	kronos365.com Internet	<1%
47	excellent-income.net Internet	<1%
48	Universidad Carlos III de Madrid - EUR on 2023-06-12 Submitted works	<1%
49	Submitted works	<1%
50	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad... Submitted works	<1%
51	Universidad TecMilenio on 2024-04-18 Submitted works	<1%
52	University College London on 2020-09-29 Submitted works	<1%
53	ccb.org.co Internet	<1%
54	peru-retail.com Internet	<1%
55	Universidad Rey Juan Carlos on 2024-06-12 Submitted works	<1%
56	adslzone.net Internet	<1%

57	befashionvictim.com Internet	<1%
58	ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing on 2024-03-06 Submitted works	<1%
59	Universidad EAN on 2024-05-23 Submitted works	<1%
60	Universidad TecMilenio on 2024-02-12 Submitted works	<1%
61	University of Westminster on 2023-08-09 Submitted works	<1%
62	Ilerna Online on 2024-04-27 Submitted works	<1%
63	Mendoza, Beatriz Irene Angelino Díaz, Félix Alberto Cerna Alcocer, F... Publication	<1%
64	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2022-02-01 Submitted works	<1%
65	ruubay.com Internet	<1%
66	explorebookmarks.com Internet	<1%
67	Submitted works	<1%
68	Universidad de Chile - CN-038051 on 2023-09-11 Submitted works	<1%

69	organiccottoncolours.com Internet	<1%
70	IED Barcelona on 2024-05-20 Submitted works	<1%
71	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad... Submitted works	<1%
72	Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD on 2024-05-15 Submitted works	<1%
73	cms.ual.es Internet	<1%
74	naventin.blogspot.com Internet	<1%
75	pcdemano.com Internet	<1%
76	Instituto Tecnológico de Costa Rica on 2024-05-15 Submitted works	<1%
77	King's College on 2021-09-07 Submitted works	<1%
78	Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-12-18 Submitted works	<1%
79	Universidad de Salamanca on 2023-07-07 Submitted works	<1%
80	budzianowski.eu Internet	<1%

81	enfoquederecho.com Internet	<1%
82	repositorio.sociales.uba.ar Internet	<1%
83	repositorio.unibague.edu.co Internet	<1%
84	repositorio.unicoc.edu.co:8080 Internet	<1%
85	sites.google.com Internet	<1%
86	businessmarketinsights.com Internet	<1%
87	coursehero.com Internet	<1%
88	dart.org Internet	<1%
89	fao.org Internet	<1%
90	researchgate.net Internet	<1%
91	Delgado, Carlos Adrian Alarcon Huamán, Raúl Renzo Arapa Cárdena... Publication	<1%
92	Universidad Autónoma de Aguascalientes on 2020-12-17 Submitted works	<1%

93	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad... Submitted works	<1%
94	Universidad Internacional de la Rioja on 2020-05-01 Submitted works	<1%
95	Universidad TecMilenio on 2024-01-19 Submitted works	<1%
96	University of Central Lancashire on 2020-05-03 Submitted works	<1%
97	apk-dl.com Internet	<1%
98	burjcdigital.urjc.es Internet	<1%
99	coreanizada.com Internet	<1%
100	itconnect.lat Internet	<1%
101	notasenelpentagrama.blogspot.com Internet	<1%
102	repositorio.esan.edu.pe Internet	<1%
103	repositorio.ucv.edu.pe Internet	<1%
104	bcg.com Internet	<1%

105	classcentral.com Internet	<1%
106	finnovating.com Internet	<1%
107	rempro.co.cr Internet	<1%
108	une.org.gt Internet	<1%
109	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano ... Crossref	<1%
110	Barcelona School of Management on 2021-03-04 Submitted works	<1%
111	Castillo, Guillermo Miguel Cassaró. "Modelo Prolab: Awki, Una Propues... Publication	<1%
112	Mori Guerra, Mónica Jeanne Pariachi Flores, Nelly del Pilar Flores, J... Publication	<1%
113	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2016-10-01 Submitted works	<1%
114	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2021-03-05 Submitted works	<1%
115	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2021-03-23 Submitted works	<1%
116	Regents Business School on 2005-11-23 Submitted works	<1%

117	Universidad Carlos III de Madrid - EUR on 2024-06-05 Submitted works	<1%
118	Universidad Carlos III de Madrid on 2020-07-06 Submitted works	<1%
119	Universidad TecMilenio on 2024-02-12 Submitted works	<1%
120	Universidad de Almeria on 2020-05-29 Submitted works	<1%
121	University of Warwick on 2018-08-20 Submitted works	<1%
122	blog.stratasys.com Internet	<1%
123	elmarques.gob.mx Internet	<1%
124	libros.cienciadigital.org Internet	<1%
125	noticiasdesanpablodebuceite.blogspot.com Internet	<1%
126	repositorio.utn.edu.ec Internet	<1%
127	thred.com Internet	<1%
128	vidasana.org Internet	<1%

129	cristinaoses.com Internet	<1%
130	institutodeempresa.net Internet	<1%
131	mediterranea-comunicacion.org Internet	<1%
132	mopay.com Internet	<1%
133	pymesyautonomos.com Internet	<1%
134	slideshare.net Internet	<1%
135	somosmamas.com.ar Internet	<1%
136	tercermundonline.com.ar Internet	<1%
137	ucal.edu.pe Internet	<1%
138	ESIC Business & Marketing School on 2023-05-30 Submitted works	<1%
139	Submitted on 1692154605911 Submitted works	<1%
140	Universidad EAN on 2022-08-25 Submitted works	<1%

141

Universidad TecMilenio on 2024-02-13

Submitted works

<1%

142

Ilerna Online on 2024-04-19

Submitted works

<1%

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación UN CHANCE + se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de Comercio y busca aumentar la confianza hacia la adquisición de ropa de segunda mano, cambiando la percepción y prejuicios al promover una mentalidad más abierta y positiva que permita aprovechar los beneficios económicos y ambientales de esta opción de consumo consciente, teniendo como población beneficiaria a las mujeres de 20 a 40 años en Lima Metropolitana.

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 un servicio de compra y venta de ropa de segunda mano que ayuda a brindar confianza a mujeres de 20 a 40 años en Lima Metropolitana, cambiando la percepción en la adquisición de estas prendas; reduciendo la incertidumbre sobre su estado y procedencia al generar una conexión entre compradoras y vendedoras, al mismo tiempo que ahorran dinero y mejoran su experiencia de compra al obtener estilo e inspiración a través de la creación de outfits; mientras genera una conciencia sostenible hacia la moda. Se trata de una plataforma de compra y venta de ropa de segunda mano que fusiona las características distintivas de Airbnb y Tinder, como opciones de perfil personalizado, conexión e interacción entre los usuarios con intereses similares, filtros y preferencias de búsqueda, seguridad y transparencia, facilidad de uso de la plataforma, entre otras; para crear una experiencia digital única.

La plataforma permite a los usuarios crear perfiles personalizados para reflejar sus preferencias y estilo de vida, con la opción de filtrar manualmente entre una variedad de prendas de segunda mano. Ofrece experiencias como la creación de outfits adaptados a las prendas que se suban a la plataforma, fomentando una exploración divertida. Facilita conexiones entre compradores y vendedores basadas en intereses similares, respaldadas por un sistema de calificaciones y comentarios para generar confianza. Prioriza la seguridad mediante medidas de validación de identidad y verificación de prendas, respaldadas por una garantía contra daños durante las transacciones. La solución fomenta el consumo consciente al proporcionar contadores de beneficios que cuantifican ahorros económicos y ambientales. Educa a los usuarios sobre el impacto positivo de la reutilización de prendas y ofrece servicios adicionales como talleres de gestión

de prendas y asesoría express en gestión de armario para apoyar decisiones informadas. La interfaz intuitiva y la opción de probar las prendas en casa contribuyen a una experiencia transparente y confiable.

En cuanto al triple balance, en el aspecto social, genera conexiones entre compradores y vendedores; además de fomentar un sentido de comunidad y confianza. Del mismo modo, en el aspecto económico, ofrece ahorro e ingresos monetarios a los usuarios a través de compras y ventas respectivamente; y genera ganancias por comisión de ventas al negocio. Además, ofrece servicios adicionales en cuanto al dictado de talleres de gestión de prendas y el servicio de asesoría express por hora; que generan ingresos tanto para el negocio, como para aliados profesionales de imagen personal. Finalmente, en el aspecto medio ambiental, destaca el impacto positivo de la reutilización de prendas y fomenta prácticas de moda más sostenibles reduciendo el impacto ambiental.

Se desarrollaron prototipos de interacción para la experimentación, incluyendo una página web diseñada con Figma y una cuenta en Instagram. Se trabajó con un grupo de control que se dividió en tres categorías según su disposición hacia la compra de ropa de segunda mano.

El primer grupo que nunca o casi nunca compraría ropa de segunda mano por desconfiar de esta, el segundo grupo que compraría ropa de segunda mano de vez en cuando si encontrarán algo muy especial, pero manteniendo el recelo; y finalmente el tercer grupo que le encanta comprar ropa de segunda mano y lo hace con bastante frecuencia.

Tras interactuar con la plataforma, se observó un cambio positivo del 75% en el primer grupo, aumentando la confianza en la adquisición de prendas de segunda mano. Además, se logró incrementar en un 43% la frecuencia de compra en el grupo que adquiriría este tipo de prendas ocasionalmente, fomentando una adquisición más habitual.

Se concluye que la solución propuesta ha logrado aumentar la confianza en mujeres de 20 a 40 años en Lima Metropolitana, consolidando un vínculo entre compradoras y vendedoras, facilitando así el intercambio de prendas de segunda mano de manera efectiva y segura; creando comunidad.

Adicionalmente, se ha logrado establecer un hábito de consumo que normaliza la adquisición de ropa de segunda mano. La aceptación positiva por parte de las mujeres de veinte a cuarenta años en Lima Metropolitana se evidencia en la interacción constante de la plataforma y la integración de la compra de prendas de segunda mano en sus rutinas diarias.

En cuanto a los próximos pasos, se recomienda reinvertir un porcentaje de las utilidades para incorporar procesos más automatizados al servicio y poder expandir el mercado a nivel nacional.