

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC



SOS

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

AUTOR:

WILLIAM DANIEL COTRINA ROJAS

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

AUTOR:

CYNTHIA GABRIELA ROCHA HERENCIA

ASESOR:

DANIELA RUIZ HIDALGO

Lima - Perú

2023

PROYECTO DE INNOVACIÓN

● 25% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 14% Base de datos de trabajos entregados
- 4% 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	Universidad Continental on 2023-06-09	3%
	Submitted works	
2	euroinnova.co	3%
	Internet	
3	red2red.net	2%
	Internet	
4	cnnespanol.cnn.com	1%
	Internet	
5	es.scribd.com	1%
	Internet	
6	bbva.mx	1%
	Internet	
7	peru21.pe	1%
	Internet	
8	limacomovamos.org	1%
	Internet	

9	perulegal.larepublica.pe Internet	1%
10	ru.iiec.unam.mx Internet	<1%
11	acueducto.com.co Internet	<1%
12	andina.pe Internet	<1%
13	serperuano.com Internet	<1%
14	coursehero.com Internet	<1%
15	coopsfor2030.coop Internet	<1%
16	impulsoinformativo.net Internet	<1%
17	Universidad Científica del Sur on 2023-12-05 Submitted works	<1%
18	Pontificia Universidad Católica del Perú on 2022-06-28 Submitted works	<1%
19	elcomercio.pe Internet	<1%
20	transparencia.munlima.gob.pe Internet	<1%

21	iefworld.org	Internet	<1%
22	docplayer.es	Internet	<1%
23	quimica.urv.net	Internet	<1%
24	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2022-06-06	Submitted works	<1%
25	ec.europa.eu	Internet	<1%
26	Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE on 2022-12-02	Submitted works	<1%
27	bidcomunidades.iadb.org	Internet	<1%
28	issuu.com	Internet	<1%
29	repositorio.uasf.edu.pe	Internet	<1%

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

FUENTES EXCLUIDAS

repositorio.tls.edu.pe

Internet

5%

Resumen

El proyecto de innovación “SOS” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de la Educación ambiental y la actividad económica del desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza y busca resolver la falta de promoción de la educación ambiental en los hogares que incide en el desarrollo sostenible de los niños de 6 a 11 años, teniendo como población beneficiaria con base a las encuestas y entrevistas que se han aplicado, son adultos de 30 a 40 años, quienes son jefe de familia y residen en Lima Metropolitana, de nivel socioeconómico A y B y que utilizan redes sociales para poder adquirir conocimientos que enriquezcan el desarrollo de sus hijos.

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 se dirige al usuario (familias) y el cliente (agencias de viajes y empresas con marcas sostenibles), siendo estas:

- Para el usuario: Brindar distintas alternativas que promuevan la integración de hábitos ambientales y conocimientos pertinentes en las actividades cotidianas de las familias en Perú.
- Para el cliente: Crear un espacio enfocado en el estilo de vida sostenible, donde las empresas y agencias de viajes puedan promocionar sus productos y servicios en una comunidad específica para ello.

Se trata de una herramienta que brindará conocimientos pertinentes a los padres, ofreciendo variedad de alternativas para reforzar la educación ambiental en el hogar e impulsando que las familias incorporen buenas prácticas y hábitos en su día a día.

Para la experimentación se diseñó el prototipo de una app que contará con distintas secciones, tales como:

- Turismo sostenible: Donde podrán encontrar distintas áreas protegidas con toda la información correspondiente como el precio, las actividades que se realizarán y la agencia de turismo.
- Actividades en el hogar: Que contribuyen con el cuidado ambiental como son los huertos caseros, manualidades con materiales reciclados, etc.
- Tienda sostenible: En la cual encontrarán una variedad de productos y marcas sostenibles que puedan reemplazar en su hogar por productos contaminantes.

Además, nuestra proyección a futuro es desarrollar un concept store, un espacio físico donde nuestras marcas aliadas podrán dar a conocer sus productos o servicios. Por lo que, para identificar el nivel de educación ambiental que se genera en el hogar y colegios se realizaron 10 entrevistas (emprendedores, padres de familia, psicólogos y docentes), la medición de los conocimientos ambientales de niños y adultos en 80 encuestas y por último identificar necesidades del usuario y validar nuestro prototipo con ayuda de 2 talleres generativos.

Descubriendo así que este deterioro se podría revertir a través del buen ejemplo y se contribuiría a las enseñanzas de una educación ambiental efectiva, tanto dentro del hogar como en marcas ya que al fomentar estos valores y realizando actividades en la naturaleza se ayudará a que los niños aprecien la belleza y entiendan las importancias de proteger al planeta.

Se concluye que la solución propuesta es factible pese a que existen servicios similares en el mercado, pero no con el objetivo de fomentar los estilos de vida en armonía con la naturaleza en el ambiente familiar. Se recomienda que el aumento de interés del público en querer realizar compras de productos y actividades sostenibles sea aprovechado para cumplir con la meta de los estilos de vida sostenible.