ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

CREAR EL STAND ECOBIEN QUE AYUDE A CULTURIZAR EL RECICLAJE DE RESIDUOS PLÁSTICOS EN ADULTOS DE 35 A 45 AÑOS DE LIMA CERCADO

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en

Arquitectura de Interiores

AUTOR:

JOHANNA ELIZABETH MALDONADO POMA

https://orcid.org/0000-0003-3271-2558

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en

Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

ANA BELEN HERRERA ARIAS

https://orcid.org/0000-0002-1131-1563

Asesor

LENY PERCCA TREJO

https://orcid.org/0000-0002-8363-8354

Lima-Perú

2022

CREAR EL STAND ECOBIEN QUE AYUDE A CULTURIZAR EL RECICLAJE DE RESIDUOS PLÁSTICOS EN ADULTOS DE (35 A

Envío 25

Envío 25

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:419727307

Fecha de entrega
7 ene 2025, 11:22 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
8 ene 2025, 12:04 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
CREAR EL STAND ECOBIEN QUE AYUDE A CULTURIZAR EL RECICLAJE DE RESIDUOS PLÁSTICOS EN ....pdf

Tamaño de archivo
362.1 KB

42 Páginas

10,741 Palabras

57,040 Caracteres

22% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

22% Fuentes de Internet
3% Publicaciones
10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Resumen del Trabajo de Investigación

En el presente informe se realizó la investigación y evaluación sobre la falta de cultura de reciclaje de plástico que se encuentra en puntos de mayor concurrencia en el Cercado de Lima. Gracias a las encuestas y entrevistas se encontró un sector desatendido de adultos entre 35 a 45 años del sector C, con falta de cultura de reciclaje, pero con iniciativa de cambio. Es por ello que se propone crear el Stand Ecobien, que ayude a culturizar sobre el reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años en Lima Cercado. Para proponer esta solución innovadora se utilizó la metodología Toulouse Thinking, proceso que consta de las siguientes etapas: Investigar, Idear, Desarrollar, Transferir. Este procedimiento nos ayudó a recopilar información útil, y generar a través de ello ideas creativas para el desarrollo de perfiles de arquetipos, conceptualización de la propuesta de valor, lienzo de negocio, entre otros.

Ecobien ha sido creado con el fin de fomentar la cultura de reciclaje a través de experiencias, mediante el canje de residuos plásticos y la obtención de recompensas donde serán beneficiadas las familias, organizaciones públicas y empresas privadas de nuestro público objetivo. Aproximadamente 10,000 personas, fueron escogidas con el fin de poder beneficiarlos con un espacio creativo que los ayude a reciclar y mantener limpias sus calles, de una manera sostenible, agradable y beneficiosa para todos, generando un impacto positivo en su día a día.

Se concluye que los resultados fueron positivos y acertados gracias a las encuestas, entrevistas y talleres generativos. Cada herramienta nos ayudó a conocer al usuario, crear soluciones, alternativas y finalmente validar la aceptación y buen recibimiento de la propuesta de Stand Ecobien.

Palabras Clave: Acción por el clima, contaminación ambiental, falta de cultura de reciclaje, residuos plásticos y stand sostenible.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación 2
1. Contextualización del Problema 6
2. Justificación 8
2.1 Justificación Social 9
2.3 Justificación Práctica 9
2.4 Justificación Metodológica 10
3. Reto de innovación 11
Pregunta general: 11
Preguntas específicas: 11
Objetivo General: 12
Objetivos específicos: 12
4. Sustento Teórico 12
4.1. Estudios previos 12
Antecedentes 12
4.2 Marco teórico 16
1. Creación del Stand Ecobien 16
1.1 Conceptualización del Stand 16
1.2 Conceptualización de intercambio de residuos plásticos por productos 17
1.3 Características de la creación del Stand Ecobien. 17
1.3.1 La Responsabilidad Social 17
Transformación digital 18
Contribución 18
Residuos plásticos reciclados 18
Página Web 19
Stand sostenible 19
1.3.2 Intercambio de residuos plásticos por productos de primera necesidad 20
1.3.3 Culturizar el reciclaje de residuos plásticos 20
1.3.4 Productos de primera necesidad 20
1.4 Diseño de Stand Ecobien 21
1.4.1 Branding 21
1.4.2 Diseño interior del punto de venta 21
Distribución 21

Estilo 22
Eco diseño 22
Paleta de colores 22
Materiales 23
Material Reciclado 23
Mobiliario 23
Visual Merchandising 24
1.5 Estrategias de comunicación 24
Estrategia de lanzamiento 24
Estrategias de visibilidad 24
Estrategias de confianza 25
Estrategias de posicionamiento 25
Estrategias de expansión 25
1.5.1 Redes Sociales 25
1.5.2 Virtualidad 25
1.6 Importancia de la creación del Stand Ecobien 25
5. Beneficiarios 26
5.1 Directos 26
5.2 Indirectos 26
5.2.1 Arquetipo del cliente 26
5.2.3 Cantidad de Beneficiarios 28
6. Propuesta de Valor 28
6.1. Propuesta de valor 28
6.2 Segmento de cliente 28
6.3 Canales 29
6.4 Relación con los clientes 29
6.5 Actividades clave 30
6.6 Recursos clave 30
6.7 Aliados clave 31
6.8 Fuentes de ingresos 31
6.9 Presupuestos 32
7. Resultados 35
8. Conclusiones 36
9. Bibliografía 37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Recursos de Inversión* 32

Tabla 2 *Gastos Mensuales* 33

Tabla 3 *Tabla de Ingresos* 34

1. Contextualización del Problema

Uno de los recurrentes problemas en el país es la gran cantidad de desechos plásticos que circulan en las calles de distritos en los cuales no se practica la cultura de reciclaje. Ante este problema el Ministerio del Ambiente presenta datos que detallan el inadecuado manejo de residuos plásticos, la inconciencia ambiental de su uso y la falta de cultura de reciclaje en Lima.

El Ministerio del Ambiente (2020):

> Más del 35% de los residuos plásticos no tienen una disposición adecuada. El 58 % de residuos de plásticos de ámbito municipal son plástico de un solo uso. El 48,8% de los residuos plásticos provienen de Lima y Callao. El 9% de los residuos plásticos se recicla. (p.5)

Aquellas acciones del ser humano perjudican el medio ambiente y desacreditan la cultura del país. El resultado del poco conocimiento y hábito de reciclaje genera suciedad en las calles, desorden, contaminación y graves efectos en la capa de ozono que se observan en los drásticos cambios climáticos.

Los plásticos son parte del día a día y muchos conocen sus ventajas, sin embargo, muy pocos tienen el conocimiento de sus efectos perjudiciales en el medio ambiente y como el uso indiscriminado de este recurso puede detonar graves consecuencias.

Los investigadores de la ONU (2018) detallan que cuando los plásticos se descomponen, emiten metano y etileno, dos potentes gases de efecto invernadero que con el tiempo aumentan. El polietileno, utilizado en bolsas de compras es el más usado y contaminante a nivel mundial.

La realidad del reciclaje en Lima Metropolitana, enfocado en distritos con hogares de recursos medio bajos, se basa en un porcentaje pequeño de personas con conciencia

ambiental que apoyan campañas y aquellos trabajadores que reciclan lo que pueden encontrar en las calles, bolsas, tachos de basura, entre otros.

Otros autores han afirmado lo siguiente:

(Chávez, et.al., 2019) Indican que en el reciclaje del PET (Polietileno Tereftalato) el reciclador informal es el que inicia la cadena de reciclaje, no se incentiva directamente a los consumidores a que se involucren en el proceso de reciclaje.

En decir, no existe un hábito de reciclaje adecuado para el distrito. Tanto para el reciclador informal que únicamente se encarga de recolectar residuos plásticos, sin conocimiento e instrucción eficaz sobre su labor, hasta la comunidad que no se involucra con el cuidado y limpieza del entorno medio ambiental.

De acuerdo a la cultura de reciclaje que se proyecta frente a otros países de Latinoamérica, la diferencia es notoria. Sin alejarse demasiado, se aprecian diferencias resaltantes en distritos con una mejor gestión distrital y mayor adquisición económica.

Vargas, et.al. (2022) Indican con respecto a hábitos, actitudes y políticas de acceso del reciclaje en el Perú, que en Lima se identifica una diferencia significativa frente al acceso de servicios entre los distritos con mayores y menores ingresos.

Por lo tanto, de acuerdo al nivel socioeconómico que presente el distrito se puede o no tener acceso al reciclaje. Se enfatiza que los distritos con menores ingresos deberían impulsar con mayor fuerza la cultura de reciclaje, tomando en consideración el sector al que van dirigidos, las necesidades y condiciones en las cuales el consumidor pueda sentirse atraído por generar hábitos de reciclaje en su comunidad.

De acuerdo con Vallejo y Villota (2015):

> Es prioridad cambiar la mentalidad educativa con respecto al reciclaje, concientizar a los ciudadanos de conservar los recursos naturales y protegerlos

mediante acciones saludables. Es importante educar desde la infancia e ir cambiando las costumbres negativas de los adultos. (p.28)

Así como lo detallan los autores, la importancia de la educación de reciclaje es vital para la sociedad. En el pasado la cultura de reciclaje no estaba presente, hoy en día los adultos no conocen este hábito y por ende no lo promueven. La actitud de cambio empieza desde casa con los adultos dando el ejemplo, por ello deben estar preparados para instruir a las nuevas generaciones de buenos hábitos de reciclaje.

De acuerdo con lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Arquitectura de Interiores y Comunicación Audiovisual Multimedia se plantea realizar el Stand Ecobien, un nuevo modelo de negocio de adquisición de productos por medio del intercambio y canje de residuos plásticos, de esta manera dar solución al problema de falta de cultura de reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45 años) de Lima Cercado, para contrarrestar el efecto invernadero y evitar el drástico cambio climático.

En conclusión, el stand Ecobien ofrecerá productos de primera necesidad a cambio de residuos plásticos, con el objetivo de culturizar sobre el reciclaje a adultos de Lima Cercado. La práctica, motivación y enseñanza serán los pilares de la propuesta para crear conciencia y aptitudes perdurables de reciclaje en el tiempo, que contribuyan con el medio ambiente.

2. Justificación

El objetivo de la presente investigación es concientizar e incentivar a los vecinos de Lima Cercado sobre la cultura de reciclaje de residuos plásticos, en esta oportunidad enfocada en adultos de 35 a 45 años.

2.1 Justificación Social

Uno de los problemas que afecta al país y a sus principales ciudades, es la falta de cultura de reciclaje, esto se puede evidenciar en calles y avenidas principales en donde se observa restos de basura, con mayor predominancia de desechos de plástico.

La educación del reciclaje es indispensable para el desarrollo de la conciencia ambiental en nuestro país. El Perú es el tercer país más vulnerable al cambio climático, por ello la sociedad está en la necesidad de implementar iniciativas eficaces. (Buxó, 2021).

El Perú al ser uno de los países más vulnerables al cambio climático, debería contar con una cultura de reciclaje en todos los niveles de educación para la presente y futuras generaciones donde los ciudadanos, gobierno y empresas privadas sean artífices de este cambio de conciencia.

La investigación está enfocada en adultos entre 35 a 45 años con falta de cultura de reciclaje de residuos plásticos que residen en Cercado de Lima con un nivel socioeconómico medio - bajo, debido a que el sector no posee hábitos de reciclaje duraderos. Ellos se verán beneficiados al recibir una propuesta innovadora que ayude a reciclar y mantener sus calles limpias, de esta manera, generar un impacto positivo en su día a día, en su distrito y el medio ambiente.

Los usuarios se verán beneficiados al tener un espacio donde podrán contribuir con el reciclaje de manera sostenible y beneficiosa para todos.

Se implementará un nuevo modelo de negocio de adquisición de productos por medio del intercambio y canje de residuos plásticos. Este concepto se basa en brindar una experiencia sostenible de compra que capta el interés del público y contribuye con el reciclaje. Ecobien, será un stand que venderá productos de primera necesidad a cambio de residuos plásticos.

2.3 Justificación Práctica

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de ayudar a concientizar e incentivar sobre el reciclaje de residuos plásticos a adultos entre 35 a 45 años en Cercado de Lima, debido a falta de cultura de reciclaje. Tal como indica Vallejo y Villota (2015) es prioridad cambiar la mentalidad educativa con respecto al reciclaje, concientizar a los

ciudadanos de conservar los recursos naturales y protegerlos mediante acciones saludables. Es importante educar desde la infancia e ir cambiando las costumbres negativas de los adultos.

Por lo que la propuesta de negocio busca aliviar esta problemática tomando en consideración educar e incentivar a generar hábitos de reciclaje y crear a partir de ello una cultura de reciclaje óptima para el distrito de Cercado de Lima, enfocado en adultos de 35 a 45 años.

2.4 Justificación Metodológica

Con la finalidad de proponer una solución innovadora para nuestra problemática, se ha empleado la metodología Toulouse Thinking, este procedimiento consta de las siguientes etapas: Investigar, Idear, Desarrollar, Transferir. De manera práctica este procedimiento nos ayuda a recopilar información vital y útil, generar ideas creativas, transformar aquellas ideas en soluciones y finalmente transferirlo a los usuarios.

Se han desarrollado diversas etapas con el fin de conocer los *insights* de nuestros arquetipos desarrollados previamente en base de la conceptualización del Mapa del problema, que muestra aquellas dificultades y soluciones que el tema puede generar.

Asimismo, la elaboración de un plan de investigación en base a encuestas, entrevistas, observaciones de campo y talleres generativos, nos ayudó en la investigación a reconocer los hábitos del reciclaje, comportamientos y problemas de la comunidad con respecto a la eliminación de plástico en Lima. Con esta base de datos se hizo la transferencia de información, organizando los datos en un mapa mental y se transfirió hacia el reto de diseño, lienzo y propuesta de valor, todo esto en base a la Metodología Toulouse Thinking.

Este proceso finalmente nos ayudó a conocer los perfiles de nuestros arquetipos descubriendo sus dolores, beneficios y trabajos por hacer con el fin de idear una solución novedosa e original que resuelva la problemática y que se pueda transferir a un Lienzo de Negocio del cual consta de ciertas secciones como; el segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relación con clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, aliados clave y presupuestos; con en el cual se valida la viabilidad de la propuesta final.

3. Reto de innovación

Falta de culturización del reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años de Lima Cercado.

Pregunta general:

¿De qué manera se puede culturizar en el reciclaje de residuos plásticos en adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado?

Preguntas específicas:

P1: ¿Qué recursos se necesitarían para crear un stand que reciclará residuos plásticos a cambio de productos de primera necesidad, que ayude a promover la cultura de reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años en Lima Cercado?

P2: ¿Qué actividades se necesitarían realizar en el stand para reciclar residuos de plásticos a cambio de productos de primera necesidad, que ayude a promover la cultura de reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años en Lima Cercado?

P3: ¿Qué tan viable sería crear un stand que reciclará residuos plásticos a cambio de productos de primera necesidad, que ayude a promover la cultura de reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años en Lima Cercado?

Objetivo General:

Crear el Stand Ecobien, que ayude a culturizar sobre el reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años en Lima Cercado.

Objetivos específicos:

O1: Determinar los recursos que se necesitarían para el nuevo Stand Ecobien para reciclar residuos de plásticos a cambio de productos de primera necesidad.

O2: Investigar cuáles serían las actividades que se necesitarían realizar en el stand para reciclar residuos plásticos a cambio de productos de primera necesidad, que ayude a promover la cultura en el reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años de Lima Cercado.

O3: Comprobar la viabilidad del Stand Ecobien, que reciclará residuos plásticos a cambio de productos de primera necesidad, que ayude a promover la cultura en el reciclaje de residuos plásticos en adultos de (35 a 45) años de Lima Cercado.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Antecedentes

Baca J., Echegaray S., Ferreyros C., Gastañeta L. (2021) desarrolló la tesis *Startup Social Para la Gestión de Residuos Sólidos Plásticos, Eco Q'upa* para optar el grado de Magíster en Administración de Negocios Globales, en la Universidad Católica del Perú.

Tuvo como objetivo ofrecer una alternativa para impulsar la primera etapa de la cadena de reciclaje, específicamente del plástico polietileno tereftalato (más conocido por sus siglas en inglés, PET), ofreciendo a las personas naturales incentivos monetarios para disponer de ellos en máquinas especializadas. Enfocado en la empresa Eco Q'upa, *startup* ofrece una solución que contribuirá a mejorar el proceso de gestión de residuos sólidos incentivando el reciclaje en Perú a través de la concientización de la población y la entrega de beneficios para los usuarios.

Se concluye, que las principales causas de no reciclar, son la poca educación medioambiental, el poco involucramiento de la población y el alto porcentaje de informalidad

en la cadena de reciclaje. Por ello, detallan que es de alto valor impulsar campañas para concientizar a la sociedad sobre el reciclaje y su impacto medio ambiental. Revelan que gracias a su método lean startup se valida que el esquema de incentivo económico funciona y es aceptado por los usuarios, que existen empresas interesadas en publicitar y que el modelo de negocio es comprometedor; la posibilidad de escalamiento a futuro va en incremento.

Se escogió este estudio debido a que comparte la problemática y el nuevo concepto de reciclar con beneficios económicos para los ciudadanos. Da a conocer las altas probabilidades de lanzar al mercado un nuevo concepto de intercambio de productos por residuos plásticos. Además, resalta que a través de este tipo de propuestas se contribuye al cuidado del medio ambiente, incentiva el reciclaje y finalmente concientiza a las personas de cuidar su entorno medio ambiental.

Blancard M., Choplin L., Mbaye M., Olivereau A. (2019) desarrolló la tesis *Un sistema de depósito para botellas de plástico en Lima: ¿una alternativa colectiva y exitosa para resolver el problema de la contaminación y de la creciente producción de plástico en el Perú?*, para obtener el grado de Maestro de Administración, en la Universidad Escuela de Administración de Negocios para Graduados.

Tuvo como objetivo evaluar la viabilidad de un sistema depósito para botellas de plásticos en Lima, sobre la posible introducción de un sistema de depósito para botellas de plástico. Los consumidores devolverán sus botellas vacías, cobrarán un bono o acumularán puntos. Permitiendo su reutilización y poniendo fin a su uso único, mitigando así el problema de la contaminación plástica en el Perú.

Llegando a la conclusión que el cambio es posible. El funcionamiento de un sistema creado para concientizar el reciclaje de manera didáctica, y así obtener oportunidades de beneficios económicos y de creación de valor para todos los actores implicados.

Se escogió este estudio porque brinda algunos puntos relevantes y se asemeja al proyecto, ya que se fomentará el reciclaje creando beneficios para los ciudadanos y recompensándolos por su participación ciudadana. La clave de su eficacia reside en la respuesta de los ciudadanos y en su colaboración; al dejar un depósito de dinero, el usuario considerará el envase como un bien económico y no como un residuo. Por ende, habrá reducción de residuos plásticos.

Olivera, F. (2016) desarrolló la tesis *Diseño de una red de recolección de botellas PET en Lima* para obtener el Título de Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú.

La investigación de la tesis consiste en la elaboración de una red de recolección de residuos sólidos a base de PET (tereftalato polietileno) para su procesamiento y comercialización, a través de un proyecto empresarial llamado NovaPET.

El proceso de recolección es a través de logística inversa que consiste en destinar la recolección de residuos de su destino final típico a otro punto, con el propósito de agregarle valor que de otra manera no estaría disponible, lo cual introduce el concepto brindar un valor agregado en este paso de la cadena.

Esta tesis tiene una idea importante y base de nuestro proyecto donde se propone en dejar de lado el reciclado clásico de “acopio tercerizado” y proponer nuevas propuestas que ayuden a eliminar este paso de la cadena y desarrollar propuestas tecnologías en bien de una recolección más económica, sostenible y eficiente.

Barreto, A.J (2021) Desarrolló la Tesis *RE-CYCLE* para optar el grado de Bachiller en Administración y Marketing y Bachiller en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

La investigación de la tesis consiste en cambiar la perspectiva de los usuarios con respecto a la cultura de reciclaje, dándole un giro ágil en donde las personas estén

incentivadas a reciclar mediante la participación de sorteos y descuentos por realizar esta actividad.

La temática de esta solución consiste en la creación de una aplicación donde los usuarios se inscriben, a través del plan gratuito en donde llevan sus botellas hasta un local de acopio, donde pueden canjear sus puntos. Por otro lado, cuando los usuarios son parte del plan Premium, tienen beneficios especiales y descuentos en productos y en prendas elaboradas de material reciclado obtenido de residuos de los usuarios.

Esta tesis tiene una idea importante e influyente en nuestro proyecto donde la premisa es incentivar a la cultura del reciclaje y al beneficio económico de los residuos a través de una aplicación.

Cavero Valencia, Galagarza Chunga, & Niño de Guzmán La Jara (2020) desarrolló la tesis *GREENBIN - VIAJA RECICLANDO*, para optar el grado de bachiller en Marketing, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Tuvo como objetivo facilitar el proceso de obtener el plástico mediante el depósito de los ciudadanos en las máquinas recolectoras y venderlo formalmente a una empresa recicladora que se encargue de la logística de traslado y tratamiento. Es decir, el cliente es el que depositara sus botellas de plástico en las máquinas recolectoras, a cambio recibirá un incentivo económico con tal solo reciclar, luego una vez que las máquinas se encuentren en su máxima capacidad de almacenamiento, el material será recolectado por las empresas con las cuales se buscará conseguir acuerdos de compra previamente.

Se llega a la conclusión que actualmente la problemática que se vive hoy en día es crítica, en cuanto a la cantidad de desechos que se producen a comparación de lo que se recicla y aun la sociedad no es consciente del daño que hacen al contaminar calles, ríos, entre otros, y que lamentablemente tengan que recibir los ciudadanos un incentivo económico para que puedan reciclar cuando debería ser un sentido de respeto y empatía por el lugar en donde

viven, y finalmente que es muy importante contar con el apoyo de los socios estratégicos, tener una comunicación constante con nuestros clientes y seguir buscando oportunidades para lograr un mayor alcance y reducir la contaminación.

Se escogió este estudio porque también busca incentivar la cultura de reciclaje a través de una acción que resulte simple para el transeúnte y que otorgue un beneficio mutuo para ambos. (cliente proveedor – cliente comprador).

4.2 Marco teórico

1. Creación del Stand Ecobien

1.1 Conceptualización del Stand

El stand tiene la misma meta como un establecimiento fijo de mostrar la esencia de la marca que exhibe, de plasmar negocios y aliados estratégicos que sean beneficiosos para el éxito y el buen recibimiento del público. El objetivo es el reconocimiento, vender el servicio o producto y fidelizar la imagen de marca.

Para Tost (2015) "el stand es el espacio que identifica a cada empresa, donde se realizan acciones promocionales y negociaciones comerciales, donde se refleja la filosofía y los valores de la marca para recrear la atmósfera adecuada". (p.2) Por ende, es importante que, mediante un buen manejo en el diseño del stand y la capacidad de persuasión, el cliente acceda al producto. El stand debe ser un espacio bien diseñado de manera que llame la atención del cliente y a su vez se pueda vender el producto.

1.2 Conceptualización de intercambio de residuos plásticos por productos

La falta de reciclaje de residuos plásticos por parte del consumidor ha generado el problema en el medio ambiente. Los residuos plásticos se han convertido en una gran crisis global, el planeta se ahoga en plástico.

Según San Miguel Industrias PET (2015), "en Perú se producen, 2729622624 envases de plástico al año, solo un 35% son recicladas". (p.6) Se concluye que la gran cantidad de

desechos plásticos obliga a buscar nuevas alternativas para el desarrollo sostenible, lo cual genera nuevas empresas dedicadas al rubro, generando la oportunidad de trabajo formal, además de usos del PET (tereftalato polietileno) reciclado y realizando intercambios.

1.3 Características de la creación del Stand Ecobien.

Un stand sustentable o ecológico, es un modo de concebir el diseño de stands de manera sostenible, buscando optimizar recursos naturales y sistemas de fabricación y montaje, de manera de minimizar el impacto ambiental de los stands sobre el medio ambiente y los expositores.

Según Mondaza (2020) "El stand ecológico supone una alternativa sostenible al stand modular convencional: Están hechos con cartón altamente resistente, con las mismas cualidades que la madera, pero mucho más ligero". (p.2) Es muy importante, considerar lo necesario para adaptarse a las condicionantes que genera la funcionalidad, a las necesidades que reducen al mínimo el uso de plásticos contaminantes y otros materiales poco respetuosos con el medioambiente.

1.3.1 La Responsabilidad Social

Como indica la Organización de las Naciones Unidas (2020), "Un crecimiento económico inclusivo y sostenible puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida", (párr.1). Como se sabe, la coyuntura actual está generando una recesión mundial mayor que la del 2009, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que alrededor de la mitad de trabajadores a nivel mundial podría perder sus medios de subsistencia.

Transformación digital

La transformación digital se refiere a nuevas oportunidades y estrategias que se generan en negocios, aparecen con el uso de las nuevas tecnologías. El cambio no sólo es

tecnológico, sino también actitudinal tanto en las personas, así como en las organizaciones que afectan al mercado.

García (2017), la transformación digital es el siguiente nivel en la evolución de negocios, “frente a una sociedad que se transforma a ritmos acelerados, cambiará la forma en cómo vivimos, trabajamos, y nos relacionamos con otras personas”. (párr.12)

Como tal, la transformación digital exige la reinvención de todas las áreas dentro de una organización, de su cadena de suministro y flujo de trabajo, las habilidades de sus empleados y hasta de los directivos, interacciones con clientes y el valor generado.

Contribución

Se propone ofrecer a los clientes la seguridad de acumular puntos y poder canjear productos desde la página web. Esta se convierte en una opción de interactuar rápida y confiable, que además de respetar los protocolos de seguridad, cuenta con la información de los pedidos y productos que puedas canjear.

Residuos plásticos reciclados

Máquinas de Lemon Tri: el ejemplo francés

En paralelo a las medidas gubernamentales, empresas francesas ya han llevado, durante los últimos años, máquinas de recogida de botellas de plástico destinadas a los consumidores. Es el caso de Lemon Tri y de Reco, filial de Suez.

Lemon Tri, por ejemplo, repartió 300 máquinas desde 2011. Para atraer a los consumidores al punto de recogida, se aplica el principio de la gratificación: por cada botella entregada, se recibe un bono de descuento para su uso en los supermercados asociados.

Este estilo trata de impulsar y facilitar el reciclaje, de una manera accesible y rápida para brindar la iniciativa de desarrollar e implementar máquinas de recojo y depósito.

Página Web

Un sitio Web sirve de punto de partida para iniciar nuestra actividad de navegación en Internet, realiza una búsqueda, reúne todo tipo de información y servicios.

Delgado (2021) “La Web es el nombre común de la *World Wide Web*, un subconjunto de Internet que consta de las páginas a las que se puede acceder mediante un navegador web. Las páginas web están formateadas en un lenguaje (HTML)”. (párr. 10)

En definitiva, la web ha sido el mayor avance tecnológico, las páginas webs son importantes porque impulsan a comunicarse virtualmente a cualquier persona del mundo con otra, o con contenidos que le interesen, y todo ello sin implicar un contacto físico directo. Así, no solo se pueden compartir experiencias, conocimientos. Además, aporta entretenimiento, para nuevas experiencias del consumidor.

Stand sostenible

El Stand sostenible genera mayor impacto visual en el punto de venta y relaciona la marca con el concepto de respeto y responsabilidad con el medio ambiente.

Para Gonzales (2021) “los stands sostenibles actualmente son imprescindibles en toda empresa que quiera cumplir con su responsabilidad social corporativa. Es el conjunto de estructuras y elementos de decoración para una feria, congreso o evento”. (párr. 4) Llegando a la conclusión, que, a través de stands sostenibles en la sociedad moderna, se adquiere la conciencia sobre la necesidad de establecer un equilibrio entre la intensidad del aprovechamiento de los recursos y el respeto al entorno natural, a medida que se ha ido teniendo conocimiento del deterioro que produce al medio ambiente.

1.3.2 Intercambio de residuos plásticos por productos de primera necesidad

Implementar máquinas de recolección de las botellas y el sistema de atribución de bonos. La participación ciudadana es esencial para su buen funcionamiento y utilidad. De hecho, la clave de su eficacia reside en la respuesta de los ciudadanos y en su colaboración; al

dejar un depósito de dinero, el usuario considerará el envase como un bien económico y no como un residuo. Por lo tanto, es importante evaluar la voluntad de los consumidores de participar en el proyecto.

1.3.3 Culturizar el reciclaje de residuos plásticos

Uno de los problemas existentes del público objetivo es la falta de educación en el reciclaje debido a que décadas atrás no se impartía entre los temas educativos el cuidado del medio ambiente dentro de la curricular escolar y universitaria. Debido a esta carencia de conocimientos, se convierte en un gran problema de la sociedad que siguen arraigados y transmiten la falta de cultura a sus siguientes generaciones. Este problema ha afectado no solo al Perú, sino a todo el mundo, es por eso la preocupación educativa ambiental es de carácter mundial.

Teniendo este punto de partida para reciclar, el público objetivo necesita una educación más efectiva a través de un incentivo, debido a que no lo realizan por voluntad propia. De esta manera, van a desarrollar el patrón de costumbres dentro de su día a día y cumplirán la misión educativa enfocado en el reciclaje, a través de soluciones innovadoras que involucren el beneficio común.

1.3.4 Productos de primera necesidad

La cultura alimenticia de la sociedad está directamente relacionada con las costumbres culinarias del país, los productos de primera necesidad no pueden faltar en las mesas de las familias peruanas. Según RPP noticias (2022) “Los productos de la canasta básica familiar y los 10 productos que más se consumen son: pan, pollo, papa amarilla, huevo de gallina, harina de trigo envasada, fideos envasados, carne de res, azúcar rubia, arroz envasado y aceite vegetal.” (párr. 3) El público objetivo es parte de esta cultura alimenticia, como solución al problema, el incentivo de reciclaje sería el canje de productos de primera necesidad de la canasta básica familiar por residuos plásticos. De esta manera, el público objetivo a través del

reciclaje podría aliviar el gasto diario. Esta tentativa solución está sustentada bajo un estudio previo donde el principal arquetipo siempre está pensando en cómo mejorar su economía del día a día y contrarrestar la contaminación ambiental.

1.4 Diseño de Stand Ecobien

1.4.1 Branding

La importancia del branding se basa en lo que transmite la marca y cómo el consumidor se identifica con ella. Mostrar el valor agregado de la oferta mediante la marca es de suma importancia para que la sociedad logre realmente fidelizarse con un nuevo modelo de negocio.

Para Hoyos (2016) el branding es capturar la esencia de la oferta. Esta materia busca definir la identidad del producto o servicio, dotándolo de elementos de diseño y atributos que posicionan una nueva oferta en el mercado.

Es decir, mediante el branding el cliente potencial logra llegar a la oferta. Por ello, el branding debe describir audazmente la oferta mediante elementos, atributos y valores que marquen su diferencia frente a otras marcas del mercado.

1.4.2 Diseño interior del punto de venta

Distribución

En la distribución de microempresas hay tres criterios importantes con respecto a objetivos frente al cliente. Se busca generar atracción, interacción y fidelización. Mediante la distribución es fundamental definir los parámetros disponibles con respecto al espacio para prevalecer aquellos criterios que den éxito a la aceptación del público.

Para Gómez y González (2021) “La distribución de un local comercial es organizar el punto de venta de forma atractiva y rentable”. (p. 56) En otras palabras, cada espacio interior comprende características específicas que deben situarse en el modelo de negocio,

comprendiendo que deben existir espacios de venta, exposición de productos y espacios auxiliares para captar al público de manera eficiente.

Estilo

Eco diseño

Para el diseñador interior, los estilos buscan comprender los gustos y preferencias de cada cliente para que así se puedan sentir cómodos y felices en el ambiente donde se encuentren.

Para Fernández (2018) “Una filosofía de diseño que reivindica la necesidad de incorporar los criterios medioambientales a los requisitos básicos de diseño de un producto como pueden ser costes, utilidad, estética, fiabilidad, seguridad, etc.”. (p.5) Es decir, aplicar criterios de sostenibilidad al diseño interior trae beneficios muy importantes, como mejorar la imagen de la empresa, minimizar costes y aumentar rentabilidad, permite reducir la degradación de los ecosistemas, el impacto directo en la salud humana y el agotamiento de los recursos naturales.

Paleta de colores

La importancia del color en el diseño frente a los usuarios se basa en generar emociones que perduran y guíen al consumidor a sentirse identificado, cómodo, feliz y entre otras emociones que impulsan al usuario a realizar la compra o tomar el servicio.

Alcoser, et.al. (2020) “Definen que entorno al color se tratan aspectos y normas que se deben de aplicar en la mezcla de colores, con el fin de obtener un resultado estético óptimo, generar sensaciones e incitar la compra del consumidor”. (p. 5-6)

Detalla que cada paleta de colores genera sensaciones distintas con el fin de direccionar al consumidor a la compra. Es decir, si se aplica este concepto para generar experiencias y promover la venta y aprendizaje, se facilita la aceptación y la concientización del consumidor frente al modelo de negocio por medio de la asociación de colores.

Materiales

Material Reciclado

El uso de materiales reciclados y eco amigables para la decoración de un ambiente es beneficioso, ya que reduce las grandes acumulaciones de desechos, evita el uso indiscriminado de recursos naturales y contribuye con el cuidado del medio ambiente.

Coyago (2016) “Para la conservación y cuidado del medio ambiente, se debe hacer una recolección y extracción de recursos primarios y secundarios que favorecen al fortalecimiento de la naturaleza” (p.17). Esto quiere decir, que hay diversos procedimientos que se utilizan para la recolección de elementos naturales y así ayuden con el diseño de interior.

Mobiliario

Es muy importante que los mobiliarios sean ergonómicos para la comodidad del cliente, que tengan alguna función más allá del diseño que este tenga, donde puedan cumplir necesidades y gustos a la vez.

Vidal (2017) “Debe considerarse el asesoramiento como las necesidades del cliente, se le puede ofrecer el producto adaptándolo a las medidas que él requiera. No sólo se busca que el mueble sea funcional, también que sea multifuncional”. (p.14) Quiere decir, que lo primordial es la funcionalidad y las necesidades del usuario, ya que el mobiliario puede adaptarse a los requerimientos estéticos sin perder su función principal.

Visual Merchandising

Es muy importante captar la atención del cliente con exhibiciones, a primera vista se debe entender el concepto de la tienda y lo que ésta ofrece, así el cliente puede sentirse atraído a ingresar y realizar su compra.

Para Morgan (2016) “Lograr que los usuarios entren gracias al escaparate que observan y por la disposición de los artículos en el interior. Todo ello debe animarlos a

permanecer, comprar y disfrutar de una experiencia positiva". (p. 20) Esto quiere decir, el visual merchandising debe ser llamativo, ordenado y se pueda entender el concepto de la marca.

1.5 Estrategias de comunicación

Para dar a conocer la solución al público objetivo es necesario crear una campaña de lanzamiento de productos utilizando las principales herramientas tecnológicas que usa el público objetivo. El mensaje se transmitirá a través de multiplataformas virtuales (online) a través de blogs o redes sociales, u offline. Asimismo, a través de herramientas tradicionales, así como el networking, ya que el mensaje a través de los medios no tiene un costo elevado y llegaría el mensaje a más usuarios.

Estrategia de lanzamiento

Las estrategias que utilizaremos para lograr persuadir al público objetivo será a través del mensaje directo y apelando a los beneficios directos del reciclaje en la economía diaria.

Estrategias de visibilidad

La visibilidad de marca va a estar asociada a resolver problemas ambientales y económicos.

Estrategias de confianza

La estrategia consiste en lograr que el público objetivo tenga una buena percepción de la solución y desde el primer momento generar una conexión y simpatía frente al proyecto.

Estrategias de posicionamiento

La propuesta gráfica y el mensaje adecuado debe ser reconocido por el público objetivo, a través de sus características y valores como la transparencia, innovación y responsabilidad. En consecuencia, los usuarios defenderán la propuesta por los beneficios que les aporta.

Estrategias de expansión

El éxito de la propuesta y solución será replicado a través de las principales ciudades del país y asimismo el crecimiento exponencial será a nivel regional y mundial.

1.5.1 Redes Sociales

Las redes sociales que se utilizaran para dar a conocer el mensaje de manera masiva, será a través de Facebook, Twitter, TikTok, YouTube e Instagram. Estos medios tienen gran alcance masivo no solamente del público objetivo sino a otras generaciones que influyen a culturizar el reciclaje en adultos de 35 a 45 de Lima Cercado.

1.5.2 Virtualidad

La transmisión del mensaje será de manera virtual a través de las redes sociales y página web ya propuestas anteriormente, la constante generación de material audiovisual en publicaciones e historias harán que nuestro público objetivo siempre esté pendiente del día a día del Stand Ecobien.

1.6 Importancia de la creación del Stand Ecobien

El Stand Ecobien tiene como importancia culturizar a las personas sobre el reciclaje de residuos plásticos por medio del intercambio y canje, obteniendo de esta manera productos de primera necesidad.

De esta forma, se impulsa a las personas a reciclar, tomar conciencia y a contribuir con el cuidado del medio ambiente con enfoque de beneficios económicos. El efecto en cadena de aplicar este nuevo concepto de bodega, puede evitar las masivas emisiones contaminantes causados por los residuos plásticos. Es decir, detener el calentamiento global que afecta el cambio climático y los ecosistemas.

5. Beneficiarios

5.1 Directos

Ecobien está enfocado en adultos del nivel socioeconómico (C - D) de 35 a 45 años de edad que viven en Lima Cercado.

El proyecto ha sido creado con el fin de fomentar la cultura de reciclaje a través de experiencias, mediante el canje de residuos plásticos y la obtención de recompensas donde serán beneficiadas las familias de nuestro público objetivo.

5.2 Indirectos

Los beneficiarios indirectos del stand Ecobien son el Ministerio del Ambiente, los Gobiernos Regionales, Programa de Naciones Unidas por el medio ambiente, Gobierno Central y todo organismo que busque cuidar del medio ambiente por medio del reciclaje para así detener el drástico cambio climático y prevalecer la cultura de reciclaje para la siguiente generación.

5.2.1 Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado que se encuentran trabajando alrededor del distrito. Son adultos que disfrutan el tiempo libre que disponen para realizar sus actividades recreativas, organizarse y compartir tiempo con familia. Son conscientes de lo importante que es el cuidado del planeta, y la falta de cultura de reciclaje en el país. Sin embargo, no dedican tiempo a clasificar los productos ni realizan ninguna actividad de reciclaje. Finalmente, esperan que las personas se informen sobre las consecuencias que puede traer la falta de cultura y se promueva actividades.

Marina Osco Peña de 40 años de edad, Ama de casa y dueña de una bodega que ofrece diversos productos. Es una persona organizada, trabajadora, que disfruta el cuidado de su hogar y familia. Marina disfruta del tiempo en familia, se considera una persona dedicada, responsable y sociable. Finalmente, vive en su casa, con su esposo y sus 2 hijos.

Le molesta el desinterés de sus vecinos que ensucian las calles, botan su basura en cualquier esquina. Quiere que las autoridades se pongan estrictas respecto a la limpieza y reciclaje. También le molesta la situación económica del país, necesita un dinero extra. Finalmente, le gustaría que se promuevan proyectos de reciclaje, brinden información para que todos sus vecinos estén informados.

Los arquetipos fueron desarrollados tomando como referencia toda la información recopilada de los lienzos de investigación, además de las entrevistas y encuestas, el cual fue dividido en tres secciones:

Sección 1 - Centrales En esta sección se encuentra el público objetivo, quienes son personas de 35 a 45 años de edad que viven en Lima Cercado. Además, ellos serán los beneficiarios de la recompensa que se plantea.

Sección 2 - Directos En esta sección se encuentran las personas quienes tienen un contacto directo, donde encontramos familias que serán beneficiadas.

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se encuentran las organizaciones públicas, quienes mantienen un contacto directo con el público elegido.

Se tomaron en cuenta las organizaciones públicas como el Ministerio del Ambiente, los Gobiernos Regionales, Programa de Naciones Unidas por el medio ambiente, Gobierno Central y todo organismo que busque cuidar del medio ambiente.
Sin embargo, no influyó en el desarrollo previo de los arquetipos.

5.2.3 Cantidad de Beneficiarios

Esta investigación va enfocado a adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado, con nivel socioeconómico medio – bajo, debido a que el sector poblacional no cuenta con hábitos de reciclaje. Aproximadamente 10,000 personas, fueron escogidas con el fin de poder beneficiarlos con un espacio creativo que los ayude a reciclar y mantener limpias sus calles,

de una manera sostenible, agradable y beneficiosa para todos, generando un impacto positivo en su día a día.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

El Stand Ecobien, brinda una experiencia sostenible de compra que ofrece beneficios económicos y contribuye con el reciclaje.

Se basa en la suscripción al stand que brinda una nueva visión de adquisición de productos de primera necesidad por medio del canje de residuos plásticos, con enfoque de culturizar a los adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado sobre el reciclaje de residuos plásticos.

Ecobien es un stand que brinda beneficios como económicos, cultura de reciclaje y contribuye con el cuidado del medio ambiente.

6.2 Segmento de cliente

Se dirige a adultos de 35 y 45 años de Lima Cercado, sector en el cual identificamos a madres y padres de familia, emprendedores y el sector trabajador común. El sector elegido se diferencia frente a otros, debido a sus necesidades presentes, tanto del distrito como las necesidades personales de los consumidores de este sector.

Es decir, a partir de la recolección de encuestas y entrevistas se verificó que los usuarios de este sector identificado no se sentían a gusto con la limpieza de sus calles, con la contribución del reciclaje en su distrito y sentían que el dinero no les alcanzaba. Por esta razón, el Stand Ecobien busca no solo satisfacer las necesidades presentes del sector, sino contribuir con las necesidades futuras de las generaciones, con el fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente y evitar sucesos drásticos en el clima y el entorno medio ambiental.

6.3 Canales

Es a través de la plataforma web, redes sociales y también *Word of Mouth (Boca a boca)* que se puede visualizar y comentar cuáles son los beneficios e intercambios que ofrece Ecobien, la misión y visión del proyecto, así como también quienes son nuestros aliados estratégicos, y los puntos donde están ubicados los Stands Ecobien. Además, mostrar cuáles son los productos de intercambio y beneficios. Se utilizan las redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, que son las redes sociales más utilizadas con publicidad orgánica, para conectar con el público objetivo, difundir y concientizar el proyecto. Además, *Word of Mouth* como estrategia para que las personas del distrito y zonas aledañas hablen sobre el producto.

6.4 Relación con los clientes

La manera en la que se conseguirá fidelizar los clientes es realizando una web y campañas digitales en las redes sociales, usando el lanzamiento del proyecto, mostrando el producto, los beneficios y así llegando de manera eficaz a nuestro público objetivo (con publicidad orgánica y pagada) para que se involucren y conozcan el proyecto. La forma en la que se mantendrá la fidelización será generando contenido de valor que sea de interés del público objetivo, como contenido, videos interactivos, videos educativos, post, encuestas, concursos, entre otros, concientizando y mostrando la realidad en distintas plataformas.

Además, la satisfacción del cliente interactuando en el Stand Ecobien, genera el vínculo con el proyecto. Y la manera que se desarrollará para captar público objetivo será invirtiendo en publicidad en redes sociales y expandiendo el proyecto Ecobien a empresas y socios estratégicos. Nuestro público objetivo espera que este proyecto sea beneficioso para el medio ambiente, y para las futuras generaciones, Además que pueda minimizar sus costos y ahorrar dinero en productos de primera necesidad. Mediante las estrategias mencionadas se fideliza óptimamente al público objetivo con el proyecto Ecobien.

6.5 Actividades clave

La acción principal a realizar es una convocatoria a través de la promoción y dar a conocer la existencia de Ecobien a todo Lima Cercado, realizando una campaña 360. Asimismo:

Definir precios establecidos de los productos de intercambio.

Establecer proveedores.

Diseñar y desarrollar el stand de reciclaje.

Desarrollar el visual merchandising del stand.

Desarrollar estructura de página web.

6.6 Recursos clave

Los recursos clave como el personal profesional y los sistemas y dispositivos tecnológicos son de suma importancia para hacer posible el proyecto Ecobien, para este fin se requiere de:

Un diseñador para elaborar el stand de Ecobien de manera atractiva y funcional.

Se requiere de un Administrador que gestione estrategias de precios y comercialización de productos, realice negociaciones con aliados estratégicos y realice diagnósticos y programas de crecimiento del stand.

Se requiere del Operador logístico para la gestión de residuos plásticos, transporte y almacenaje de productos de primera necesidad.

Se requiere de Personal de venta que se encargué de promocionar los productos y asista a los clientes.

Se requiere de un programador, que realice la página web y realicé el mantenimiento.

Se requiere de hardware, software y dispositivos electrónicos para la correcta gestión del stand, así como de herramientas de uso diario.

6.7 Aliados clave

Para la realización del Stand Ecobien los aliados claves son las bodegas o tiendas convencionales. Son el lugar principal ya que es ahí en donde se diseñará los stands Ecobien para que las personas adultas de 35 a 45 años del sector poblacional de Lima Cercado puedan participar, además se podría concretar alianzas con las tiendas de conveniencia como son Tambo, Oxxo, Listo, Mass y con las cadenas grandes como los supermercados que son Metro, Plaza Vea, Tottus, etc.; para así llegar a más personas y generar más ganancias junto de mejores resultados.

6.8 Fuentes de ingresos

El stand Ecobien se proyecta a ser un negocio sostenible, es por esto que esta investigación involucra los tres aspectos de la sostenibilidad que son: proteger al medio ambiente, el bienestar social y económico, por eso las fuentes de ingreso se basan en ganancias por venta de residuos plásticos, ganancias por medio de redes sociales, auspicios de la municipalidad y las marcas de productos.

La ganancia por venta de residuos plásticos se genera por la venta de residuos plásticos a recicladores, trabajadores de la municipalidad.

La ganancia por medio de redes sociales se obtiene por el pago de la cantidad de suscriptores a la web, la cantidad de vistas en los posts publicitarios de las redes sociales.

La ganancia por auspicios de la municipalidad y de las marcas de productos, se obtendrá mayor alcance debido a que las marcas y la municipalidad ofrecen productos de menor costo o gratis, a cambio de publicidad por las redes sociales de Ecobien.

La ganancia por venta de bolsas de tela para incentivar su uso cotidiano y obtener ingreso fijo.

6.9 Presupuestos

Tabla 1 *Recursos de Inversión*

Recursos					**Monto**
Recursos producción	Balanza **S/. 300**	Diseñador **S/.1,000**			**S/.1,300**
Recursos administrativo	Laptop **S/.2,000**	Celular **S/.1,000**	Televisor **S/.399**		**S/. 3,399**
Recursos logísticos	Fabricación del stand **S/.2,000**	Decoración **S/. 300**	Intervención Urbana **S/. 200**	Página Web **S/. 600**	**S/. 3,100**
Total					**S/. 7,699**

A Través de los recursos de producción, administrativos y logísticos se proyecta lo siguiente:

Monto total de producción de S/. 1,300 para recursos materiales o personales, administrativo de S/. 3,399 para recursos dedicados a la gestión de proyecto y logístico de S/. 3,100 para conectar el producto con el consumidor. El monto final de inversión considerando los recursos mencionados es de S/. 7,699.

Tabla 2 *Gastos Mensuales*

Recursos							**Monto**
Recursos producción	Personal de atención **S/.1,025 por mes**	Operador logístico medio tiempo **S/. 512.50 por mes**	Productos de 1era necesidad **S/500 por mes**	Servicio de Luz/ energía **S/.50 por mes**	Servicio de internet/ llamadas **S/50. por mes**	Alquiler de espacio **S/. 500**	**S/. 2,637.50**

Recursos administrativo	Administrador medio tiempo **S/. 512.50 por mes**	Oficina por horas **S/.100 por mes**					**S/. 612.50**
Recursos logísticos	Dominio + hosting de página web **S/. 12 por mes**						**S/. 12**
Recursos de difusión	Publicista medio tiempo **S/.512.50 por mes**	Influencer por campaña **S/. 200 por mes**					**S/. 712.50**
Total							**S/. 3,974.50**

Los gastos mensuales para los recursos de producción, administrativo, logísticos y difusión son los siguientes:

De recursos de producción para herramientas físicas, digitales, maquinaria, equipos y profesionales de S/. 2,637.50, administrativos y área de trabajo de personal de S/. 612.50, logísticos en dominio y hosting de S/. 12 y difusión en Community manager S/. 712.50. El monto final de gastos mensuales considerando los recursos mencionados es de S/. 3,974.50.

Tabla 3 Tabla de Ingresos

Categoría	**Costo variable**	**Estimado del total de ventas**	**Ingreso estimado mensual**	**Ingreso estimado trimestral**

Venta de envases de plástico duro	**S/. 2.00** por kilo	250 kilos	**S/. 500**	**S/.1,500**
Venta de botellas de plástico de 3 litros	**S/. 1.50** por kilo	350 kilos	**S/. 525**	**S/.1,575**
Venta de bolsas de plástico, chapas y envolturas	**S/. 1.00** por kilo	500 kilos	**S/. 500**	**S/.1,500**
Ganancia por redes sociales	**S/. 4.00**	500 visitas en Youtube	**S/. 2,000**	**S/.6,000**
Venta de bolsas de tela	**S/. 3.00**	60 bolsas	**S/. 180**	**S/.540**
Ganancia de publicidad	**S/. 100** en Instagram para marcas de alimentos (variable)	10 colaboraciones	**S/. 1,000**	**S/.3,000**
Total				**S/.14,115**

De acuerdo a la tabla de ingresos, las ganancias se dividen en las 4 siguientes secciones:

Venta de residuos plásticos, ganancia por redes sociales, publicidad y venta de bolsas de tela. A Través de la venta de residuos plásticos se estima una ganancia mensual entre S/. 500 y S/. 525 por categoría. (Envases de plástico duro, botellas de 3 litros, bolsas y chapas).

En cuanto a ganancia por redes sociales se estima una ganancia de S/2,000 por 500 visitas al canal de Youtube, no obstante, esta ganancia puede expandirse con el paso del tiempo a las siguientes redes sociales como Tik Tok e Instagram, con un pago fijo estimado al monto mencionado. Además, la siguiente ganancia sustentable a través de publicidad por

redes sociales equivale al monto mensual de S/1,000 por 10 colaboraciones. En cuanto a ganancia por producto se ofrecerá bolsas de tela que proyectan una ganancia aprox. de S/.180 de acuerdo a la cantidad de venta. El monto final de ingresos mensuales es de S/. 4,705 y trimestral de S/. 14,115.

7. Resultados

Se cumplió el reto de innovación de manera efectiva mediante la investigación y análisis de las necesidades presentes del sector, ello nutrió significativamente a la investigación para finalmente idear la propuesta del Stand Ecobien, que enfrenta la problemática de culturizar el reciclaje de residuos plásticos en adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado. Ecobien está enfocado en concientizar y brindar beneficios económicos a cambio de residuos plásticos.

Se logró validar el proyecto con ciudadanos del público objetivo elegido, de 35 a 45 años que residen en Lima Cercado mediante el taller generativo en el cual compartieron sus opiniones con respecto a la propuesta del Stand Ecobien, que ofrece el intercambio de residuos plásticos por productos de primera necesidad con la finalidad de culturizar el reciclaje de residuos plásticos en adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado. El 100% de los comentarios fueron positivos, los usuarios se sintieron cómodos y aliviados con una propuesta que pretende ayudar a su comunidad con el reciclaje, se encontraron muy curiosos y participativos. Todos contribuyeron con ideas y puntos de vista interesantes que podrían desarrollarse a futuro con mayor fuerza.

Además, se realizó una encuesta a 100 personas enviadas mediante redes sociales, abierta al público general mayores de 18 años, donde se pudo recolectar información necesaria sobre sus hábitos y conocimientos, reafirmando la problemática de falta de cultura de reciclaje. Finalmente, entre las personas encuestadas, como también en talleres generativos el resultado fue que algunas si tenían conocimiento de reciclaje básico como: la separación de

residuos orgánicos con los de plástico y la práctica en su día a día, no obstante, todos estuvieron de acuerdo en que la comunidad no se preocupa por el reciclaje, solo algunos y en cantidades reducidas. Eso infiere que no todas las personas del grupo de interés son ajenas al conocimiento y cultura de reciclaje, sin embargo, la mayor cantidad de encuestados no tiene un conocimiento correcto sobre la cultura de reciclaje.

Finalmente se puede decir que los resultados fueron factibles gracias a las encuestas, entrevistas y talleres generativos. A partir de las encuestas se analizó los comportamientos y hábitos de reciclaje de los usuarios, dando por resultado la problemática existente de falta de cultura de reciclaje de adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado y mediante las entrevistas y talleres generativos se verificó la problemática, y la aceptación de la propuesta de solución.

8. Conclusiones

En base a lo investigado en encuestas, entrevistas y talleres generativos enfocados en la problemática se concluye que la mayoría de adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado no cuentan con cultura de reciclaje. La medición se hizo en base a los resultados obtenidos en ese segmento de personas, la falta de conocimiento de reciclaje, la separación de residuos y la poca preocupación de las autoridades gubernamentales y municipales hacen que no se erradique este problema. Por esta razón la importancia de hacerle frente a esta problemática nace Ecobien, Stand que brinda una experiencia sostenible de compra que capta el interés del público y contribuye con el reciclaje. Ecobien se basa en la adquisición de productos de primera necesidad por medio del canje de residuos plásticos enfocado en adultos de 35 a 45 años brindando beneficios económicos y enseñanza sobre cultura de reciclaje que contribuye con el cuidado del medio ambiente.

En Perú, en el Cercado de Lima existen diversos espacios donde se congrega gran cantidad de personas para realizar actividades de esparcimiento, eventos deportivos, musicales, entre otros. Por ello, se puede concluir manifestando que los Stands de Ecobien se

posicionarán en puntos estratégicos como las bodegas para captar a los residentes de la zona tanto como visitantes de otros distritos.

En conclusión, el Stand Ecobien fomenta la iniciativa de reciclaje mediante la economía verde a través de recompensas, que se define como canje de residuos plásticos por alimentos de primera necesidad.

La investigación previa evidenció la falta de cultura de reciclaje en adultos de 35 a 45 años de Lima Cercado, por esta razón Ecobien tiene la finalidad de educar y concientizar al público objetivo y a segmentos potenciales que se familiaricen con la propuesta. Finalmente, invitamos a apoyar la iniciativa y replicarla en todos los distritos a nivel nacional para tener un desarrollo eco ambiental sostenible orientado al reciclaje, de esta manera contribuirá con el cuidado y protección del medio ambiente de las futuras generaciones.

9. Bibliografía

Alcoser, G., Cisneros, F. y Pastor, V. (2021). *Color y sensaciones percibidas por los clientes en locales comerciales de prendas de vestir.* (Tesis pregrado). Universidad de las Ciencias y Artes de América Latina, Perú. https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/354/Color%20y%20sensaciones%20percibidas%20por%20los%20clientes.pdf?sequence=1&isAllowed=

Baca Del Risco, J.G., Echegaray Calderón, S.F., Ferreyros Solano, C.G. y Gonzales Gastañeta, L. (2021). *Startup Social Para la Gestión de Residuos Sólidos Plásticos, Eco Q'upa* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21110/Startup%20Social%20Para%20la%20Gesti%c3%b3n%20de%20Residuos%20S%c3%b3lidos%20Pl%c3%a1sticos%2c%20Eco%20Q%e2%80%99upa%20%20BACA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barreto Arenas, J.A., Cáceres Vásquez, J.L., Ibáñez Castro, L.M., Mendoza Fuente, F.F. y Ramírez Zegarra, C.L. (2021). *Re-Cycle* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima Perú.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658811/Barreto_AJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Blancard, M., Choplin, L., Mbaye, M. y Olivereau, A. (2019). *Un sistema de depósito para botellas de plástico en Lima: ¿una alternativa colectiva y exitosa para resolver el problema de la contaminación y de la creciente producción de plástico en el Perú?* (Tesis pregrado). Universidad Pontificia Esan, Lima Perú.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1754/2019_MATC_18-1_01_T.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Bolaños Zea, J.J.G. (2019). *Reciclado de Plástico PET*. (Tesis pregrado). Universidad Católica San Pablo, Arequipa Perú.
http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/16146/1/BOLA%C3%91OS_ZEA_JUA_PET.pdf

Buxó Orive, N. (2021). *La Importancia de la educación Medioambiental para hacer frente a los efectos de la crisis climática. Estudio del plan nacional de educación medioambiental de Perú.* (Tesis de pregrado). Universidad Pontificia Comillas, España.
https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/47630/TFG-%20Buxo%20Orive%2c%20Natalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castillo Flores, V.C. (2015). *Diseño de un sistema Constructivo Versátil para stands de exhibición.* (Tesis pregrado). Universidad del Azuay, Ecuador.
https://www.google.com/search?q=DISE%C3%91O+DE+UN+SISTEMA+CONSTRUCTIVO+VERS%C3%81TIL+PARA+STANDS+DE+EXHIBICI%C3%93N%E2%80%9D

Cavero Valencia, J., Galagarza Chunga, J.C., Niño de Guzman La Jara, C.A. y Pérez Guanilo, A.R. (2022). *GREENBIN - Viaja Reciclando.* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653172/Cavero_VJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Chávez Espinoza, W.A., Navarro Torres, J.D., Verastegui Castillo, D.M. y Villa Meza, L.K. (2019). *Plan de negocio para una empresa dedicada al acopio y comercialización de botellas de plástico PET en Lima Metropolitana*. (Tesis de maestría en Gestión Empresarial) Escuela de Administración de Negocios para Graduados, Lima Perú. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1715/2019_MAGEM_17-2_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cornejo Cedano, L.E. (2021). *Sostenibilidad y Benchmarking en las MYPE rubro de bodegas de la calle 1, de la urbanización San José, veintiséis de octubre, año 2021*. (Tesis pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Perú. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/22380/SOSTENIBILIDAD_BENCHMARKING_CONTRIBUCI%c3%93N_CORNEJO_CEDANO_LUIS_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coyago Sucuzhañay, I.V. (2016). *Materiales de Reciclaje como recurso didáctico para enseñar Ciencias Naturales a los estudiantes del Quinto año de Educación General básica de la unidad educativa San Pablo de Guarainag, Año lectivo 2015- 2016.* (Tesis de pregrado) Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14266/1/UPS-CT007013.pdf

De Freitas Filho, J.M. (2018). *Factores que impiden a los gestores de las empresas la aplicación del proyecto de transformación digital.* (Tesis pregrado) Universidad Continental, Perú.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4698/1/IV_FCE_309_TE_Moura_DeFreitas_2018.pdf

Fernández Fernández, C. (2018). C*onceptos Básicos de Ecodiseño, Unidad 2: Diseño Tradicional vs. Ecodiseño.* Editorial Consorcio Ecosign.http://www.ecosign-project.eu/wp-content/uploads/2018/09/BASIC_UNIT02_ES_Lecture.pdf

Gómez Diaz, M. y González García, M. (2021). *Dinamización del punto de venta 2.* Editorial Paraninfo.

https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428344531/dinamizacion-en-el-punto-de-venta-2-%C2%AA-edicion-2021

Hoyos Ballesteros, R. (2016). *Branding. El arte de marcar corazones.* Editorial Ecoe Ediciones. http://www.ecoeediciones.mx/wp-content/uploads/2016/08/Branding.pdf

INEI (2018). *Resultados Definitivos, Provincia Lima. Tomo I.* Instituto Nacional de Estadística e Informática, Perú.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1583/15ATOMO_01.pdf

López Vargas, K., Armas Braithwaite, P. y Sánchez Basurco, M. (2022) *El reciclaje en el Perú urbano: hábitos, actitudes y políticas de acceso.* (Consultoría). Universidad de California Santa Cruz, Estados Unidos. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4043206&download=yes

MINAM (2021). *Conclusiones y recomendaciones del MINAM sobre Proyecto de ley que propone la postergación del plazo para la entrada en vigencia de la prohibición establecida en el literal c), del numeral 3.3 del artículo 3 de la Ley n° 30884, ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables.* Ministerio del Ambiente,

Perú.https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2617362/MINAM%20sobre%20PL%20399-2021-CR%20Tecnopor%2015.12.2021%20%282%29.pdf.pdf

Mondaza, P. (2022) *Stands y Escenarios Ecológicos.* Otra Idea.https://otraidea.com/index.php/stands-y-escenarios-ecologicos/

Morgan, T. (2018). *Visual Merchandising. Window and In-Store Displays for Retail.* Editorial Gustavo Gili. https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425228681_inside.pdf

Olivera Corrales, F.A. (2016). *Diseño de una Red de Recolección de Botellas PET en Lima*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7599/OLIVERA_FRANK_RECOLECCION_BOTELLAS_PET_LIMA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

ONU (2022). *Trabajo Decente y Crecimiento Económico.* Objetivos de Desarrollo Sostenible.https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/

ONU (24 de agosto de 2018) *Un problema doble: el plástico también emite potentes gases de efecto invernadero.*UNEP. https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/un-problema-doble-el-plastico-tambien-emite-potentes-gases-de

Pérez Gonzáles, N. y Osorio Brand, M.L. (2010). *Diseño y Desarrollo de Stand Ecológicos para las ferias de Medellín.* (Tesis pregrado). Universidad EAFIT,Colombia. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/4306/Natalia_Perez_Lorena_Osorio_2010.pdf;jsessionid=FE861D8B420584660B5DA307C8084065?sequence=5

PUCP. (14 de noviembre de 2016). *Reciclando plásticos PET en el Perú.* Clima de cambios. https://www.pucp.edu.pe/climadecambios/noticias/reciclando-plastico-pet-en-el-peru/

Rentería Sacha, J.M. y Zeballos Villareal, M.E. (2014). *Propuesta de mejora para la gestión estratégica del programa de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos domiciliarios en el distrito de Los Olivos*. (Tesis de pregrado de

Gestión Empresarial). Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6285

Tost, G. (14 de septiembre de 2021). *¿Qué es un Stand? Micro conocimiento*. Mazzima. https://www.mazzima.com/que-es-un-stand/

Vallejo Velásquez, A.A. y Villota García, L.M. (2015). *Manejo Adecuado de los residuos sólidos en el centro educativo el Tambillo, Municipio de Sandoná - Departamento de Nariño, y concientización sobre la importancia de la conversación del medio ambiente*. (Tesis pregrado). Fundación Universitaria Los Libertadores, Colombia. https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/263/AnaAliciaVallejoVelasquez.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Vidal, R. (2017). *Fabricación y comercialización de Muebles Multifuncionales.* (Tesis de maestría). Economía y Negocios Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146047/Vidal%20Castillo%20Rodrigo.pdf?sequence=1&isAllowed=y