ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

LAVA YA

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

AUTOR:

ARIANA, SALVATIERRA CASTILLA
(https://orcid.org/0009-0005-4597-5535)

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:
DANNA MARGORIT PANTA BALDEON

(https://orcid.org/0009-0000-1855-320X)

Asesor
SARA BEATRIZ IBARRA VARGAS
(https://orcid.org/0000-0002-1819-059X)

Lima - Perú
2024

P_INNOV_LAVA YA-SALVATIERRA ARIANA Y DANNA PANTA.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:470025452

Fecha de entrega
26 jun 2025, 5:38 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
26 jun 2025, 5:41 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
P_INNOV_LAVA YA-SALVATIERRA ARIANA Y DANNA PANTA.pdf

Tamaño de archivo
10.8 MB

100 Páginas

2312 Palabras

12.423 Caracteres

8% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
5% 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.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación titulado “Estación de autolavado sostenible para promover el uso eficiente de agua” busca resolver la problemática del uso desmesurado de agua causada por los autolavados informales ubicados en la carretera Ramiro Prialé en San Juan de Lurigancho. Esta inadecuada gestión del agua contribuye a la degradación del medio ambiente, aumentando la probabilidad de una crisis hídrica en el Perú y generando riesgos para los vecinos de la zona. El proyecto da solución al área estratégica de desarrollo prioritario Competitividad y diversificación industrial, ya que se plantea el desarrollo de un servicio innovador sostenible en el rubro de lavado de autos y la actividad económica en la que se aplicará la innovación está dentro de otras actividades de servicios según la lista de actividades económicas en Perú. La oportunidad que se espera aprovechar es la falta de servicios de autolavado formal que satisfagan las necesidades de los clientes en la zona. Es por ello que el público al que está dirigido este proyecto son adultos de 35 a 45 años que manejen un auto.

Es importante abordar esta problemática porque es una situación persistente y sin una solución definitiva aparente. A pesar de los esfuerzos de la municipalidad por desalojar los autolavados informales, estos vuelven a operar debido a la demanda de los consumidores. Por esta razón, este proyecto plantea una solución que aborda las causas subyacentes del problema: La demanda de los usuarios. Al fomentar el consumo en este servicio innovador, se reducirá la demanda hacia los lavaderos informales.

Para el desarrollo de esta investigación se empleó la metodología Toulouse Thinking, que incluye herramientas como el "Mapa de actores" y el "Arquetipo usuario" que fueron utilizadas para identificar y comprender a los stakeholders. El "Tablero ¿Cómo podríamos?" facilitó la generación de ideas basadas en las necesidades de los usuarios, mientras que el "Canvas propuesta de valor" alinea las características del servicio con los deseos del cliente y para evaluar viabilidad del proyecto se utilizó el "Tablero modelo de negocio" Gracias a esta metodología, se propone una solución creativa, innovadora y sostenible para contrarrestar la problemática establecida que sucede consecutivamente.

La propuesta de valor radica en la creación de una estación de autolavado sostenible que reducirá al mínimo el uso del agua en el proceso de lavado.
La estación contará con un servicio rápido y eficaz, que hará uso de un sistema de lavado a vapor, lo cual logrará reducir la mínima cantidad de agua y también del uso de productos químicos. Además, a través de materiales educativos, campañas publicitarias y mensajes en redes sociales, la marca buscará concientizar a los demás sobre el desperdicio excesivo del agua que actualmente provocan los autolavados informales, para que de esa manera los usuarios dejen de frecuentar a esos lugares y puedan ser más sostenibles con el medio ambiente.

A lo largo del proyecto, hemos desarrollado varias hipótesis para entender mejor las necesidades y comportamientos de nuestros usuarios. Nos enfocamos en cómo establecer una relación efectiva y qué tipo de contenido les interesa en cada canal elegido para poder impactar positivamente. Además de esto, realizamos observaciones de campo, entrevistamos a usuarios que pertenecen a nuestros arquetipos principales y los encuestamos para obtener datos precisos y relevantes.

Los resultados obtenidos se validaron a través de los focus group realizados a nuestro público objetivo qué son los choferes de vehículo particular de 35 a 45 años que residen en el distrito de San Juan de Lurigancho, estos posibles consumidores del servicio de autolavado sostenible “Lava ya” tuvieron opiniones favorables por lo que se validó resultados positivos frente a lo ofrecido. Así mismo uno de los hallazgos que tuvo el proyecto fue el sistema de lavado a vapor ya que el uso de este es poco común en el Perú.

Algunos de los resultados más resaltantes fueron: El 73% de los usuarios confirmaron que utilizarían el servicio, el 29% no conocían sobre el método de lavado a vapor para autos, el 37% de los usuarios comentan que es un sistema único en el Perú y el 63% no se esperaban que exista un sistema de lavado que no gaste tanta agua.

El proyecto concluye que la implementación de una estación de autolavado sostenible no solo implica el uso mínimo de agua en el lavado de autos y la eliminación de aguas residuales gracias a la ausencia de químicos en el proceso, sino que también garantiza que sea un negocio viable y rentable. Tras un estudio del mercado disponible, se estima que se recaudará lo suficiente para cubrir los gastos mensuales y aún así tener margen de ganancia para la apertura de más estaciones alrededor de todo Lima