ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

ECO EKEKO

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Publicitario.

Autor:
SERGIO FERRERO BARREDA

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

Autor:
JULIA JOHANNA ZIOLEK

Asesor:
DUARTE GUARDIA ELIZABETH
https://orcid.org/0000-0002-1372-8020.

Lima - Perú
2021

INN_ZIOLEK.pdf

ENVÍO 42 REPOSITORIO

ENVÍO 42 REPOSITORIO

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:463422067

Fecha de entrega
30 may 2025, 4:45 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
31 may 2025, 1:57 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
INN_ZIOLEK.pdf

Tamaño de archivo
11.1 MB

21 Páginas

588 Palabras

3234 Caracteres

19% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Exclusions

- 1 Excluded Source

Top Sources

11% Internet sources
3% Publications
17% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación *ECO EKEKO (2021)* surge en el marco del desarrollo de tecnología ambiental sostenible y el comercio, con el objetivo de resolver la falta de accesibilidad a productos ecológicos. Dirigido a mujeres de entre 25 y 45 años, que conviven con una pareja o son madres, este grupo, aunque muestra interés y hábitos ecológicos, encuentra obstáculos para adquirir estos productos debido a la escasa oferta y el difícil acceso en el mercado.

Para dar solución a esta problemática, se recurrió a las metodologías Design Thinking y Lean Startup, utilizando diversas herramientas colaborativas, entre ellas la técnica persona para definir arquetipos y validar usuarios, el mapa de actores para analizar el contexto y el mercado, el mapa de trayectoria para diseñar el funcionamiento de la propuesta, el canvas de propuesta de valor para reforzar el componente innovador y el canvas de modelo de negocio para evaluar su viabilidad, junto a otras estrategias descritas en el documento.

Se propone una eco-tienda móvil denominada **Eco Ekeko**, cuyo propósito es acercar productos ecológicos, de nuestros emprendimientos aliados, a los consumidores mediante una experiencia de compra sostenible. La solución no solo facilita el acceso a estos productos, sino que también ofrece información relevante sobre proveedores y prácticas ecológicas.

Como parte de la experimentación, se diseñó un prototipo basado en un carrito adaptado a una bicicleta, que permitió evaluar la viabilidad del modelo y la interacción con los consumidores. Se definieron rutas estratégicas que incluyen puntos clave como centros comerciales, parques y malecones en las rutas de los distritos de Surco, Miraflores y Barranco, donde se realizaron las pruebas piloto.

Las pruebas piloto se desarrollaron en distintas rutas, incluyendo: en Surco (Centro Comercial El Polo, Centro Comercial Caminos del Inca, Parque de la Amistad y Óvalo Higuereta); en Miraflores (Bajada Balta, Faro de la Marina, Parque Grau y Parque M. Reiche); en Barranco (Parque Municipal, Bajada de Baños, Malecón de Barranco y Parque de los Héroes); así como en una ruta mixta entre Miraflores y Barranco (Parque Kennedy, Parque Reducto, Parque Militón Porras y nuevamente el Parque de los Héroes).

En el ámbito digital, se generó contenido en redes sociales para concientizar a los usuarios sobre los beneficios del consumo sostenible. A partir de los datos recolectados, se desarrolló el perfil del usuario, lo que facilitó la creación de la identidad de marca de **Eco Ekeko**. El 10 de febrero se definió el nombre del servicio, seguido del diseño del logotipo y la línea gráfica. Posteriormente, el 24 de febrero, se estableció presencia digital mediante la creación de cuentas en Gmail, Instagram, Facebook y WhatsApp Business.

Como conclusión, el proyecto evidencia que la clave para mejorar el acceso a productos ecológicos es la construcción de una comunidad en torno a **Eco Ekeko**, donde los consumidores puedan adquirir estos productos de manera rápida y sencilla. Además, se recomienda reemplazar el remolque inicial por *bici-tiendas*, un formato más adecuado a la coyuntura actual.