ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "TOULOUSE LAUTREC"

ZEROBAG

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

IRVING CLEVER ARCE VILCA

https://orcid.org/0009-0001-6404-573X

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

AUTOR:

GIANELLA ALEXANDRA LIZA FUENTES

https://orcid.org/0000-0001-5543-076X

Asesor

SÁNCHEZ MENDOZA PAOLA MARGARITA

https://orcid.org/0000-0003-3451-8310

Lima - Perú

2025

IRVING CLEVER ARCE VILCA 2014101211 - GIANELLA ALEXANDRA LIZA FUENTES 2021159654.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:485494060

Submission Date
Aug 21, 2025, 5:04 PM GMT-5

Download Date
Aug 21, 2025, 5:22 PM GMT-5

File Name
IRVING CLEVER ARCE VILCA 2014101211 - GIANELLA ALEXANDRA LIZA FUENTES 2021159654.pdf

File Size
7.1 MB

89 Pages

10,817 Words

58,530 Characters

5% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

4% Internet sources
3% Publications
4% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

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 ZEROBAG nace con la intención de reducir el uso de bolsas plásticas desechables mediante un producto que combine funcionalidad, conciencia ambiental y estilo urbano. Busca resolver la problemática de la contaminación plástica en las playas de la Costa Verde, originada en gran medida por la falta de hábitos responsables en jóvenes limeños , así mismo por la falta de espacios y puntos de reciclaje en las playas de la Costa Verde. El área estratégica prioritaria de este proyecto es la tecnología ambiental sostenible, aplicada en la industria manufacturera, a través de la producción de bolsas reutilizables que promueven la organización de residuos y el reciclaje. El público objetivo son jóvenes de entre 16 y 21 años quienes buscan diferenciarse con estilo, expresarse y al mismo tiempo reducir su impacto ambiental. Abordar este problema resulta crucial para fomentar hábitos de cuidado ambiental responsables y un vínculo emocional con el cuidado costero.

La metodología empleada combinó investigación cualitativa y cuantitativa, observación en campo y entrevistas a profundidad. Se utilizaron herramientas como la metodología Toulouse Thinking, mapa de actores y arquetipos de usuario lo que permitió comprender motivaciones, barreras y deseos de los jóvenes, e identificar oportunidades para integrar moda juvenil, conciencia y comunidad.

La propuesta de valor de ZEROBAG consiste en una bolsa reutilizable fabricada con materiales reciclados principalmente plástico post-consumo, con un diseño versátil y bolsillos exteriores que permiten guardar temporalmente residuos plásticos (botellas, envolturas o vasos) hasta trasladarlos a un punto de reciclaje cercano. Mas que un accesorio, funciona como un punto de reciclaje portátil, reforzando la idea de que cada acción cotidiana puede contribuir a reducir la contaminación. El producto se distingue por su resistencia, su estética conectada a la generación Z y su capacidad de fusionar estilo con sostenibilidad.

Durante el desarrollo se formularon hipótesis en torno al interés de los jóvenes en adquirir un producto sostenible con alto valor estético. Se realizaron focus group, prototipos físicos y pruebas de uso en entorno de contexto, cuyos resultados fueron favorables y los usuarios manifestaron intención de compra, siempre que el producto mantenga un precio accesible y un diseño atractivo.

Los resultados de validación confirmaron que ZEROBAG conecta emocionalmente con el usuario y transmite un mensaje claro de impacto positivo. Entre los hallazgos más relevantes se identificó que el diseño y la narrativa de marca son tan importantes como el factor ecológico para motivar la compra.

En conclusión, ZEROBAG no solo es un producto sostenible, sino también una representación de estilo de vida consciente. El siguiente paso será escalar la producción, diversificar la línea de diseños y fortalecer la estrategia de comunicación en redes sociales.