ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

ESTACIÓN H2O

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

AUTOR:
MARIA TERESA QUISPE ROMERO
https://orcid.org/0009-0000-2628-8303

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

AUTOR:
JENIFFER ZUGEY VASQUEZ VIDAURRE
https://orcid.org/0009-0004-0890-5864

Asesor
JUAN PABLO ARENAS VARGAS
https://orcid.org/0009-0006-3325-3938

Lima - Perú
2024

QUISPE ROMERO MARIA TERESA 2020152731 - VASQUEZ VIDAURRE JENIFFER ZUGEY 2019141487_compressed.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:543546669

Fecha de entrega
30 dic 2025, 3:16 a.m. GMT+1

Fecha de descarga
30 dic 2025, 3:26 a.m. GMT+1

Nombre del archivo
QUISPE ROMERO MARIA TERESA 2020152731 - VASQUEZ VIDAURRE JENIFFER ZUGEY 2019141487_c....pdf

Tamaño del archivo
2.7 MB

100 páginas

16.392 palabras

91.706 caracteres

9% Similitud general

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

Fuentes principales

7% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
5% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
610 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

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 equipo escogió una problemática basada en el ODS relacionada al agua, se realizó una investigación y se encontró que muchos mercados del distrito del Rímac. No cuentan con un espacio limpio para las ventas de alimentos. Esto ha disminuido sus ventas.

El deterioro en la infraestructura del saneamiento del agua potable afecta a los comerciantes del mercado Zarumilla en Caquetá. Se puede evidenciar cómo el agua con la que limpian sus espacios de trabajo y los insumos que la población compra y consume vienen contaminados, debido a que no hay una buena estructura por parte de las autoridades locales. Para que el agua que ellos necesitan esté adecuadamente tratada para su uso. Esto disminuye radicalmente sus ventas, por lo que los comerciantes se quedan sin ingresos, y por otra parte, la comunidad que les consume debe de ir a puestos más lejanos para adquirir sus alimentos. Esto perjudica a toda la comunidad.

La metodología y técnicas que utilizó el equipo para su organización fue repartir las semanas; se tuvieron entrevistas por videollamadas con los usuarios perjudicados, se realizaron encuestas en Google para que más gente pueda dar su opinión, así como también se realizaron arquetipos y diferentes tipos de lienzos para conocer más al arquetipo.

El valor de la propuesta es tener un espacio de higiene al alcance de todos, tanto comerciantes como consumidores. Algunas de las características del producto es que será de concreto por lo que no necesitará de mantenimiento constante; las mezcladoras irán empotradas al concreto para mayor protección. La mecánica del servicio será que los mismos comerciantes ofrecerán este servicio de manera gratuita para que los consumidores se sientan más seguros y escuchados. Un aspecto clave a destacar es que los comerciantes se reparten el mantenimiento y los gastos de manera igualitaria.

Se cree que los comerciantes verán en esta estación de higiene una ventaja para atraer más clientes, mejorar la imagen de sus puestos y, como resultado, aumentar sus ventas. Se espera que la limpieza del entorno genere una experiencia más agradable para los clientes,

incentivando sus compras de productos frescos en un lugar que demuestre compromiso con la higiene.

Se estima que los comerciantes estarán dispuestos a contribuir con una cuota mensual, si observan que debido a la estación se ve mejora en la experiencia de sus clientes y contribuye a un aumento en sus ventas…

Se anticipa que los clientes harán uso frecuente de la estación, lo que no solo beneficiará a los comerciantes, sino que también ayudará a controlar el uso del agua y la mejora de su calidad y frescura de los productos al permitir su lavadero en el momento de la compra.

Se asume que la estación contribuirá a mejorar la higiene general y, a su vez, reducirá la dependencia de métodos menos sostenibles, como el uso de botellas desechables para la limpieza. Este proyecto busca fomentar prácticas más responsables y sostenibles en el mercado.

Tras instalar y probar la estación de higiene en el mercado, los resultados iniciales mostraron una recepción positiva tanto por parte de los comerciantes como de los clientes. La estación se utilizó de manera constante durante las horas de mayor afluencia, lo que validó su practicidad y el valor que aporta en un entorno comercial.

Aunque el servicio de higiene aún está en fase de prueba, se observó un incremento en las ventas de aquellos comerciantes ubicados cerca de la estación, en torno al 15% en comparación con semanas anteriores. Esta métrica sugiere que la estación contribuye a mejorar la experiencia del cliente, generando un impacto positivo en las ventas.

Los usuarios respondieron favorablemente cuando la estación se mantenía limpia y en buen estado. Además, la accesibilidad y ubicación de la estación resultaron cruciales para su uso frecuente. Otro aspecto importante fue el aumento de interés de comerciantes adicionales para contribuir con el servicio, al ver los beneficios directos en sus ventas. Estos hallazgos respaldan la idea de que la estación de higiene puede consolidarse como un valor añadido en el mercado y fomentar prácticas de consumo más responsables.

La conclusión principal del proceso de validación indica que la instalación de la estación de higiene en el mercado no solo mejoró la percepción de limpieza y profesionalismo, sino que también generó un aumento en las ventas para los comerciantes cercanos. La estación demostró ser efectiva al atraer más clientes, quienes valoraron poder lavar sus productos

antes de llevarlos, y al mismo tiempo promovió un entorno más ordenado y responsable. Este hallazgo subraya el potencial de la estación como una inversión estratégica para el mercado, que beneficia tanto a comerciantes como a clientes, y refuerza la sostenibilidad y calidad en el servicio.

Una de las áreas estratégicas del desarrollo prioritario en el proyecto sería la salud y bienestar social.

Hablando de la actividad económica en la que se aplica la innovación, sería agricultura, ganadería, silvicultura, pesca.