ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

ReBan : Moda sostenible a partir de la reutilización de banners publicitarios.

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Max Paul Yoplac Rocha
DNI: 74137051, Perú

ASESOR

Silvia Roxana Lizama Mescco
DNI: 42094820, Perú

JURADO

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
Brigitte Madelein Pérez Ortiz
Ronald Cristhian Manzanares Merino

Lima, agosto 2025

0000011375-YOPLAC.pdf

My Files

My Files

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:570467089

Fecha de entrega
23 mar 2026, 4:14 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
23 mar 2026, 4:21 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
0000011375-YOPLAC.pdf

Tamaño del archivo
3.5 MB

24 páginas

3690 palabras

19.204 caracteres

15% Similitud general

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

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas
- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

8% Fuentes de Internet

4% Publicaciones

14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
232 caracteres sospechosos en N.º de página
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.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación 2

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 3

2.3 Objetivo(s) del proyecto 3

2.4 Marco referencial 3

2.5 Proceso creativo y experimentos 4

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 4

2.5.2 Información sobre el Mercado 4

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 5

2.5.4 Diseño de producto/servicio 6

2.5.5 Modelo de Negocio 6

2.5.6 Resultados esperados 7

2.5.7 Prototipos desarrollados 7

2.5.8 Experimentos 8

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 9

III. Estimación de costos 11

3.1 Presupuesto 11

IV. Conclusiones y recomendaciones 16

4.1 Conclusiones 16

4.2 Recomendaciones 16

V. Referencias Bibliográficas 17

VI. Anexos 17

6.1 Informe de Turnitin 17

6.2 Link Drive Videos Entrevistas a Usuarios 17

ÍNDICE DE TABLAS

Diagrama de Gantt 10
Tabla de Costos del Proyecto 12

ÍNDICE DE FIGURAS

Árbol del Problema	2
Arquetipo de Usuario	4
Ruta de Conceptualización	5
Propuesta de Valor	5
Prototipo	6
Model Business Canvas	7
Prototipo de Alta Definición	8
Experimentación Ágil	9

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

ReBan (Reutiliza Banners): Moda Sostenible desde la Reutilización de Banners Publicitarios

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación ReBan: Reutiliza Banners se enmarca dentro del área estratégica de desarrollo prioritario en tecnología ambiental sostenible y en la actividad económica de industrias manufactureras. Su propósito es mitigar la contaminación ambiental generada por la acumulación y quema de banners publicitarios de PVC en Lima Metropolitana. La iniciativa está dirigida a beneficiar a jóvenes consumidores con conciencia ambiental, artesanos en situación de vulnerabilidad, así como a municipalidades, ONGs y empresas productoras de banners.

Se implementó la metodología de solución creativa de problemas, integrando Design Thinking para enfocar el proceso en el usuario y Lean Startup para acelerar la ejecución. Se emplearon herramientas como perfil de usuario (persona), mapa de actores, mapa de trayectoria, canvas de propuesta de valor y modelo de negocio, todas descritas en el documento.

La propuesta plantea el desarrollo de una marca de moda sostenible dedicada a convertir banners publicitarios en accesorios urbanos exclusivos (carteras y mochilas) elaborados con PVC reciclado. El modelo impulsa un triple impacto:

- Ambiental: reducción de microplásticos.
- Social: generación de empleo para artesanas locales.
- Económico: rentabilidad a través de ferias y canales digitales.

Para la fase de experimentación, se crearon prototipos de carteras ReBan con el fin de evaluar diseño, funcionalidad y propuesta de valor frente a usuarios reales, mediante publicaciones en redes sociales, encuestas y pruebas presenciales. Los resultados muestran que el 78% de los encuestados expresó intención de compra y más del 60% destacó el beneficio ambiental como principal motivador. Asimismo, surgieron sugerencias como añadir compartimentos y códigos QR que narren la historia del banner reciclado.

En conclusión, la propuesta es viable, deseable y factible, con una alta aceptación en el mercado objetivo y potencial para generar un impacto sostenible. Se recomienda fortalecer alianzas con municipalidades y marcas para ampliar la recolección de banners, diversificar el

portafolio de productos y escalar el proyecto a nivel nacional mediante un canal e-commerce propio y campañas educativas en redes sociales.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Este proyecto se lleva a cabo en Lima Metropolitana, una ciudad que sufre una acumulación significativa de banners publicitarios, comúnmente empleados en campañas políticas, eventos y promociones. La ausencia de un sistema de reciclaje eficiente provoca que estos materiales sean quemados o desechados en botaderos informales, generando la liberación de microplásticos en el entorno. Esta problemática evidencia la urgencia de implementar alternativas sostenibles que integren creatividad, responsabilidad social y conciencia ambiental.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En Lima Metropolitana, la publicidad masiva produce grandes volúmenes de banners publicitarios de PVC. Ante la ausencia de un sistema eficiente para su reciclaje o reutilización, estos materiales terminan como residuos sólidos que, en muchos casos, son incinerados o arrojados en botaderos informales, provocando la contaminación del aire, el suelo y el mar a través de microplásticos. Esta problemática refleja la carencia de normativas efectivas y de conciencia ambiental tanto en empresas como en la ciudadanía.

En la siguiente imagen se muestra la herramienta “Árbol del Problema”, la cual sintetiza las causas y consecuencias de la contaminación generada por banners en Lima Metropolitana, tema central del proyecto ReBan.



Árbol del Problema

2.2 Población beneficiaria

Este proyecto influye de manera directa en diversos actores: **empresas productoras de banners**, **ONGs medioambientales**, **municipalidades**, **proveedores de insumos**, **compañías comprometidas con el cuidado ambiental**, **organizaciones comunitarias** y, de forma prioritaria, **jóvenes consumidores con conciencia ecológica**. Asimismo, beneficia a **artesanos locales**, quienes obtienen una fuente de ingresos y oportunidades de empoderamiento gracias a la iniciativa.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General:

Desarrollar una marca de moda sostenible que reutilice banners publicitarios en desuso para crear productos funcionales con impacto ambiental y social positivo.

Objetivos Específicos:

- Identificar las necesidades del mercado objetivo en torno al consumo de productos sostenibles.
- Diseñar un producto estrella (Porta laptop ReBan) basado en materiales reciclados.
- Validar el modelo de negocio con usuarios reales.
- Elaborar un plan de implementación escalable para Lima Metropolitana.
- Determinar los recursos necesarios para su ejecución y sostenibilidad.

2.4 Marco referencial

Antecedentes de la innovación:

Proyectos como 'Banners que transforman vidas' en Lima y 'Banner Bags' en Sudáfrica demuestran el potencial del reciclaje gráfico para crear valor social y ambiental. En el mundo, Parley for the Oceans convierte plástico marino en ropa deportiva con éxito comercial.

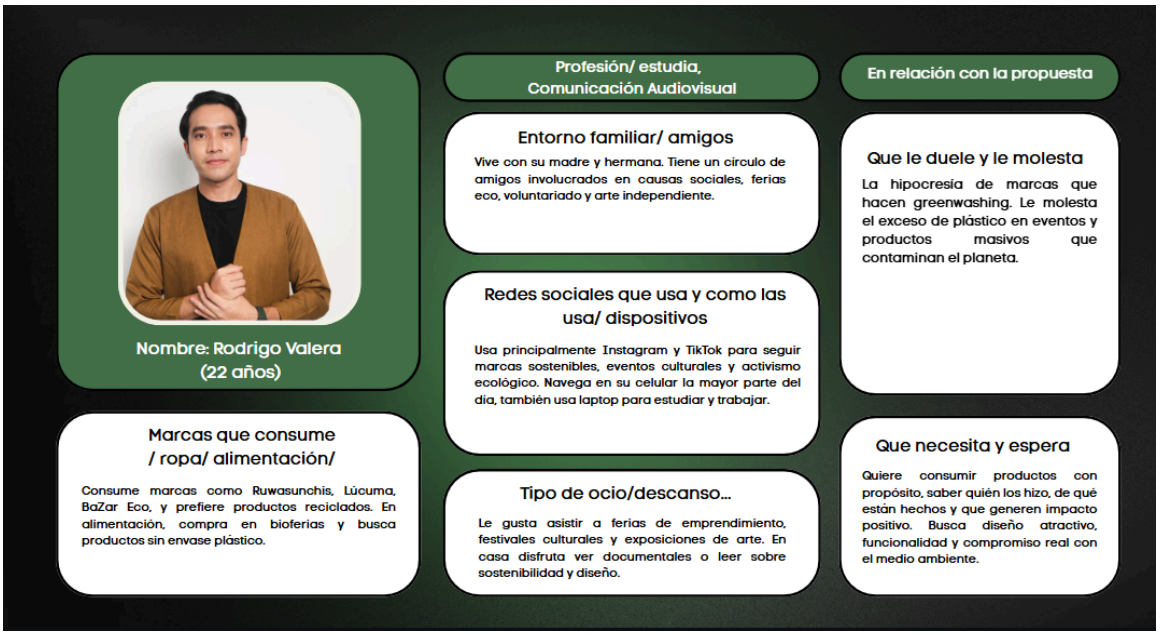
Consideraciones teóricas:

- Economía circular: maximiza el ciclo de vida de los materiales.
- Ecoinnovación: aplica la creatividad para soluciones sostenibles.
- RSE: responsabilidad de las empresas en la gestión de residuos.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

En la siguiente imagen, se presenta la herramienta "Arquetipo de Usuario", que describe al público objetivo del proyecto ReBan, sus hábitos, valores y motivaciones en relación con el consumo sostenible.



Arquetipo de Usuario

2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad de mercado

- Lima genera más de 9,000 toneladas diarias de residuos sólidos; los banners de PVC son altamente contaminantes. El interés por productos sostenibles crece 20% anual, sobre todo en jóvenes de 18 a 35 años.

Competencia y diferenciación

- Recidar y Banners que Transforman Vidas trabajan en reciclaje y educación. ReBan destaca por diseño innovador, triple impacto y upcycling de alto valor estético.

Barreras de entrada

- Disponibilidad de banners en buen estado, procesos especializados para PVC, posicionamiento frente a competidores y educación del consumidor.

Alcance y mercado objetivo

- Inicio en Lima, expansión regional, presencia en ferias y e-commerce. Público: jóvenes conscientes y empresas que buscan merchandising sostenible.

Demanda potencial

- Segmento de moda sostenible en expansión, con oportunidad de nicho premium y proyección exportadora.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

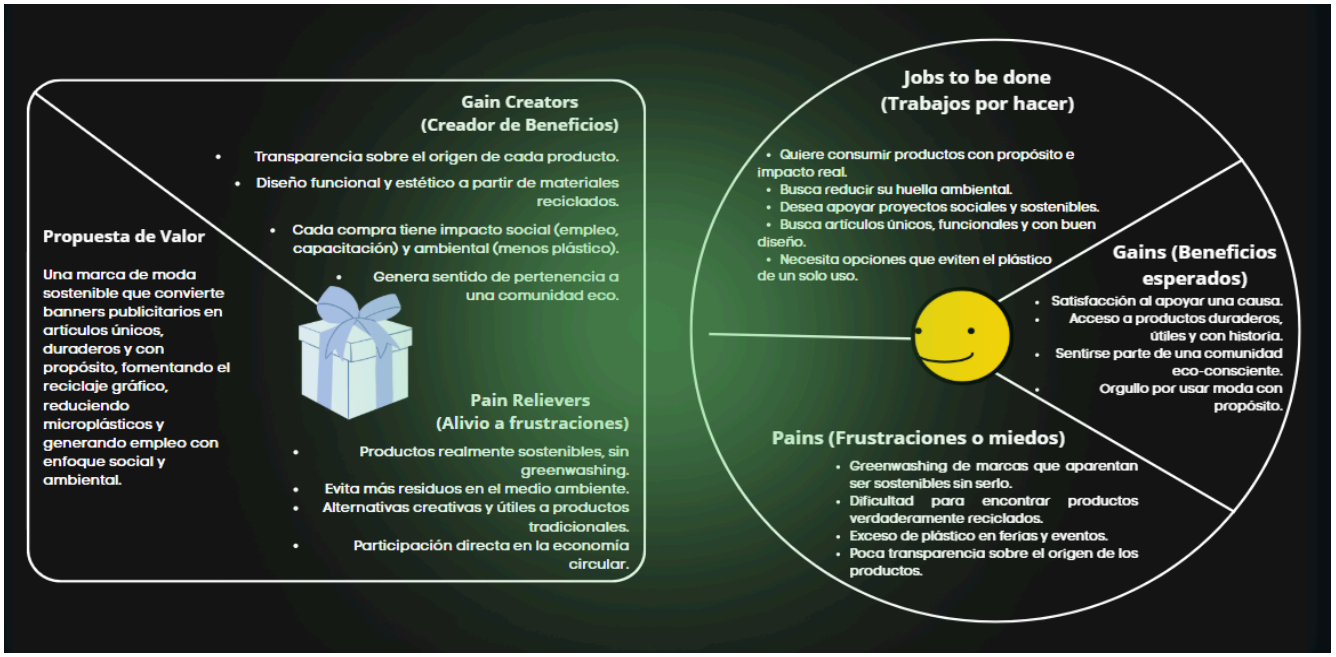
A continuación, se presenta en la imagen la herramienta “Ruta de Conceptualización”, que detalla el proceso de construcción del concepto de ReBan, desde su clasificación como marca sostenible hasta la propuesta creativa y diferencial que integra sostenibilidad, diseño e impacto social.



Ruta de Conceptualización

En la siguiente imagen se presenta la herramienta “Propuesta de Valor”, que resume los beneficios clave, frustraciones y necesidades del usuario, así como la solución innovadora que ReBan ofrece para generar impacto social, ambiental y funcional desde el diseño sostenible.

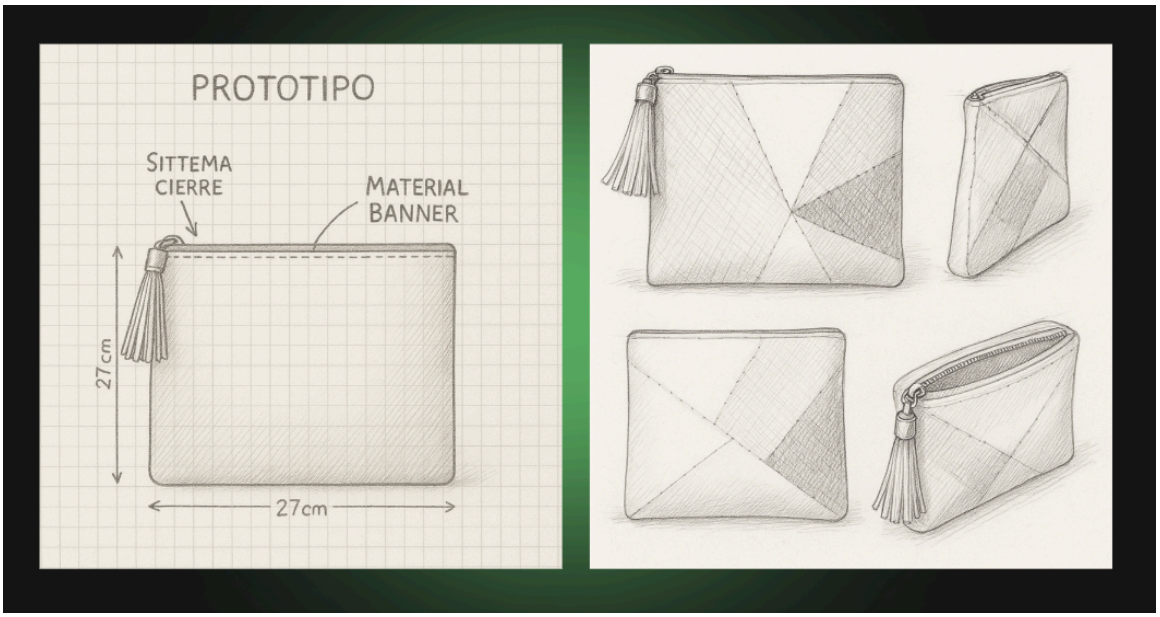
Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

La Porta laptop ReBan es un producto urbano hecho con PVC reciclado. Cuenta con cierre tipo cremallera reforzado, etiqueta artesanal, y espacio suficiente para artículos personales. Está pensada para el día a día y destaca por su resistencia, estilo y contribución ecológica. Representa un modelo de triple balance: económico, social y ambiental.

A continuación, se presenta el "prototipo de la cartera ReBan", hecha con banner reciclado y diseño funcional de estilo urbano



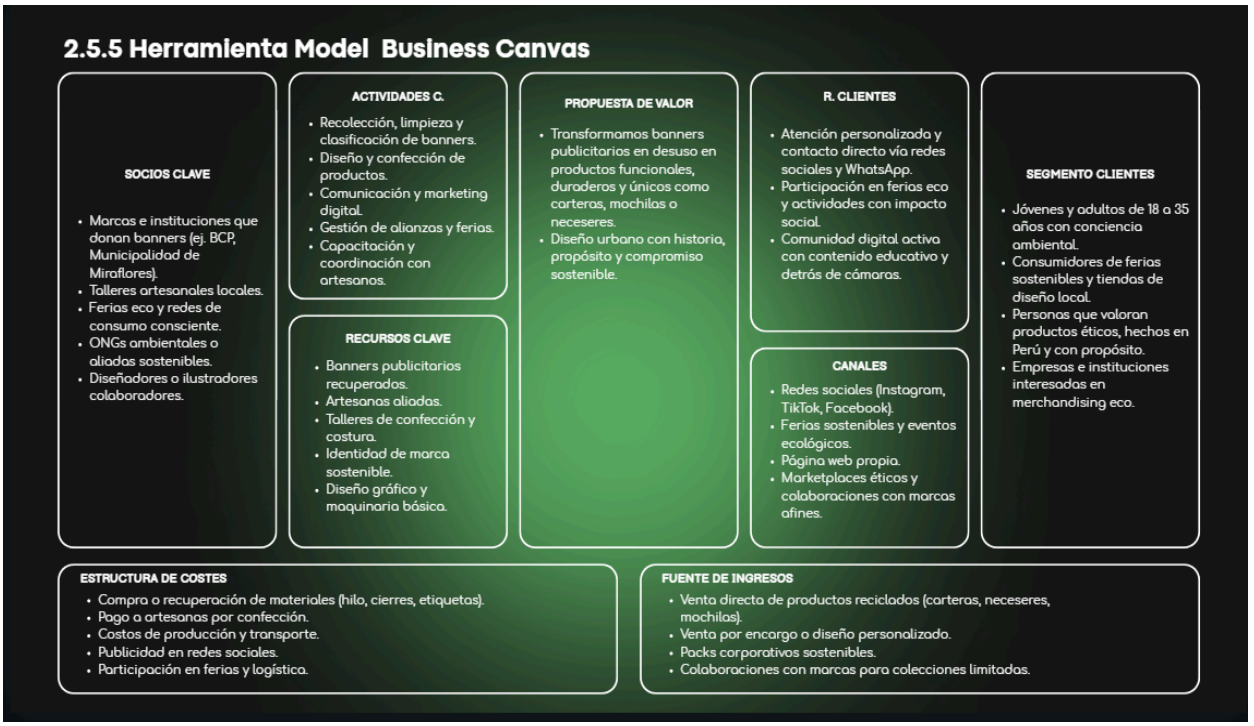
Prototipo

2.5.5 Modelo de Negocio

ReBan sigue el modelo Canvas, con aliados como municipalidades y talleres locales. Utiliza banners reciclados y equipo de confección para diseñar y vender productos sostenibles a través de canales directos, colaboraciones y packs corporativos.

A continuación, se presenta la herramienta “Modelo de Negocio Canvas”, donde se detallan los elementos clave del proyecto ReBan.

Model Business Canvas



2.5.6 Resultados esperados

Se espera una respuesta positiva del mercado joven, con interés por productos con propósito. Se proyecta una reducción de residuos gráficos, mayor fidelización de clientes y consolidación de ReBan como marca referente de moda circular en Lima.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Se han desarrollado prototipos funcionales como la cartera ReBan, destacando por su diseño, calidad y durabilidad. Los prototipos fueron validados positivamente por usuarios que valoran su compromiso ambiental y estética única.

A continuación, se presenta el “prototipo en alta definición”, que muestra el diseño final de la porta laptop ReBan elaborada con material de banner reciclado, destacando su sistema de cierre y estilo urbano funcional.



Prototipo de Alta Definición

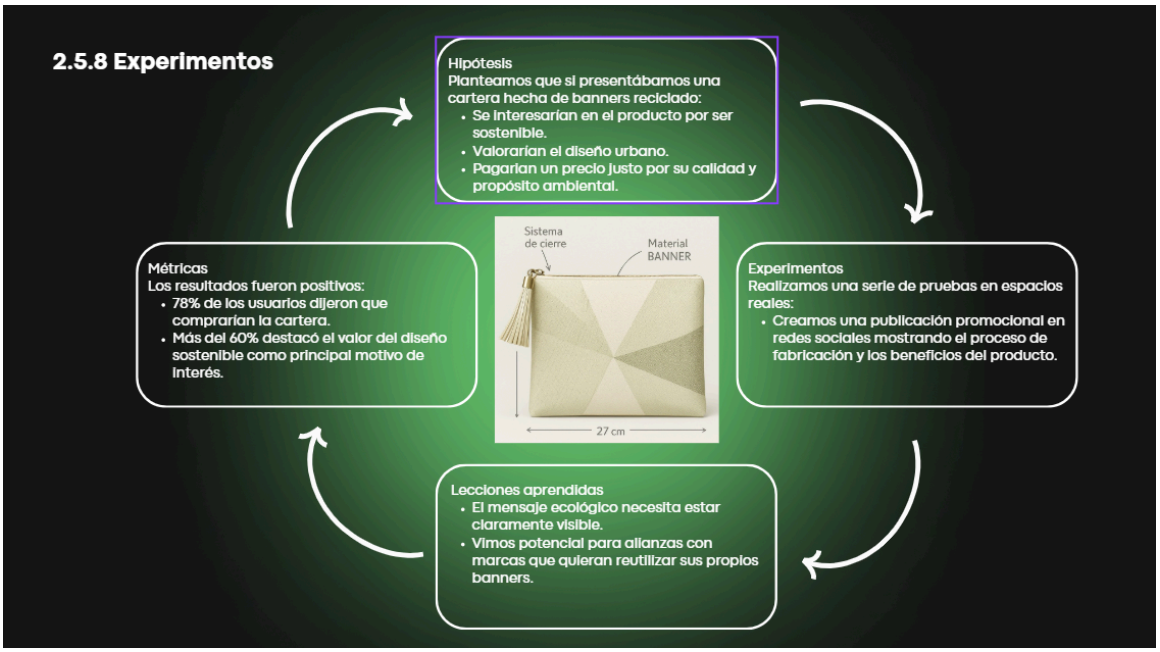
2.5.8 Experimentos

Se llevaron a cabo publicaciones promocionales, encuestas y pruebas del producto. El 78% de los usuarios mostró interés en la compra, y más del 60% valoró el diseño y el enfoque ecológico. Se identificaron oportunidades de mejora, como la incorporación de compartimentos internos y códigos QR que narran la historia del producto.

En el anexo 2.6, se encuentra un enlace a una carpeta de Google Drive donde están los videos de las entrevistas realizadas a usuarios, quienes validaron el prototipo de ReBan y compartieron sus opiniones sobre el diseño, la funcionalidad y la propuesta sostenible.

La siguiente imagen muestra la herramienta de “Experimentación Ágil”, mediante la cual se validó la propuesta de ReBan a través de pruebas reales, métricas, aprendizajes clave y

retroalimentación del público objetivo.



Experimentación Ágil

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

ReBan es una marca de moda sostenible que transforma banners publicitarios en desuso (PVC) en productos únicos, funcionales y con impacto positivo. A través del upcycling, reduce residuos contaminantes, genera empleo inclusivo para mujeres en situación de vulnerabilidad y ofrece diseño urbano atractivo con un fuerte componente social y ecológico. Su modelo de negocio se orienta a jóvenes con conciencia ambiental, utilizando canales como ferias, redes sociales y marketplace éticos. Las actividades clave son la recolección, limpieza, diseño y confección de productos con banners reciclados. Se trabaja en alianza con municipalidades, talleres artesanales y ONGs, generando ingresos mediante la venta directa, encargos personalizados y packs sostenibles.

Sostenibilidad del Proyecto

ReBan responde a una necesidad ambiental urgente: la reutilización de residuos plásticos altamente contaminantes.

- **Ambiental:** Reutiliza banners que tardan hasta 4,000 años en degradarse.
- **Social:** Empodera a mujeres vulnerables con capacitación y empleo digno.
- **Económica:** Genera ingresos a través de productos diferenciados con alto valor percibido.
- **Escalabilidad:** Su modelo es replicable en otras ciudades con alto consumo gráfico, mediante alianzas con marcas e instituciones.

Plan de actividades (nueva iteración, réplica, masificación)

- **Fase 1:** Re diseño de carteras con compartimentos internos, inclusión de código QR y pruebas con nuevos formatos (1–2 meses).
- **Fase 2:** Expansión de talleres artesanales, alianzas con municipios y más participación en ferias (3–5 meses).
- **Fase 3:** Masificación nacional con ventas en tiendas conceptuales, e commerce temático y campaña digital (6–12 meses).

A continuación, se presenta el "Diagrama de Gantt", que muestra el cronograma de actividades del proyecto FUB según áreas responsables.

Actividad	Responsable	Mes 1 - Semana 1	Mes 1 - Semana 2	Mes 1 - Semana 3	Mes 1 - Semana 4	Mes 2 - Semana 1	Mes 2 - Semana 2	Mes 2 - Semana 3	Mes 2 - Semana 4
Identificar donantes de banners	Área de logística								
Recolectar banners donados	Área de logística								
Limpieza y clasificación del material	Área de logística								
Diseño de productos (bocetos)	Área de diseño								
Selección de materiales complementarios	Área de diseño								
Confección de prototipos	Área de confección								
Redacción de copies para redes sociales	Área de marketing								
Creación de contenido visual (fotos/videos)	Área de marketing								
Gestión de calendario de publicaciones	Área de marketing								
Interacción con la comunidad digital	Área de marketing								
Identificar ferias y eventos sostenibles	Área comercial								
Coordinar participación en ferias	Área comercial								
Alianzas con marcas afines	Área comercial								
Selección de artesanos aliados	Área de RRHH y producción								
Capacitación en confección sostenible	Área de RRHH y producción								
Coordinación de cronograma de	Área de RRHH y producción								

producción									

Recursos necesarios

El proyecto ReBan requiere recursos humanos como diseñador gráfico, artesanas y community manager; materiales como banners reciclados, hilos y empaques; y recursos tecnológicos como software de diseño, plataformas ecommerce, maquinaria de costura y herramientas digitales de gestión.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

A continuación, se presenta la estimación de costos del proyecto ReBan, basada en un análisis detallado de inversiones iniciales, costos de producción, gastos administrativos, ventas proyectadas y márgenes de utilidad. La inversión inicial contempla materiales como banners reciclados, cierres, etiquetas y el transporte, sumando un total de S/ 224 con IGV. Los costos mensuales de producción incluyen servicios básicos, materiales, packaging y otros insumos, alcanzando un promedio de S/ 1,524 mensuales.

Los gastos administrativos abarcan el pago a profesionales freelance, diseño y asesoría externa, con un promedio de S/ 1,600 mensuales. A esto se suman gastos de venta como hosting web y soporte técnico, estimados en S/ 300 mensuales. Se proyecta vender 30 unidades por mes a un precio de S/ 50.00 (sin IGV), generando ingresos crecientes que alcanzan los S/ 6,000 en el mes 7, con una utilidad mensual aproximada de S/ 2,976.60 a partir del cuarto mes.

Esta proyección financiera refleja la sostenibilidad y viabilidad del modelo, con un margen de ganancia que varía entre el 44% y el 67%, demostrando que el proyecto ReBan es rentable y escalable a mediano plazo.

Tabla de Costos del Proyecto:

CÁLCULO 1	**INVERSIONES**				
	Materiales	**Cantidad**	**Precio**	**Total sin IGV**	**Total con IGV**
	Banners publicitarios reciclados	50	-	-	-
	Cierres reforzados	50	0.5	25	30
	Hilo y agujas industriales	50	0.3	15	18
	Etiquetas con logo ReBan	50	0.4	20	24
	Costo de limpieza y preparación	1	80	80	94
	Transporte de materiales	1	50	50	59
	TOTAL			**S/. 190**	**S/. 224**

	COSTOS DE PRODUCCIÓN												
	Costo de Servicios Básicos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Luz	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Alquiler de la fábrica	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
	Teléfono												
	Internet	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Agua	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
CÁLCULO 2	**Ttoal de costo de Servicios Básicos**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**	**1000**
	Costo de Materiales												
	Costo 1	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224
	Costo 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Costo 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total de costos de materiales	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**	**224**
	Gastos indirectos (packaging)												
	Packaging	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
	Papelería, stickers, etiquetas	150	0	0	0	150	0	0	0	150	0	0	150
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total de gastos indirectos	**300**	**150**	**150**	**150**	**300**	**150**	**150**	**150**	**300**	**150**	**150**	**300**
	TOTAL COSTOS	1524	1374	1374	1374	1524	1374	1374	1374	1524	1374	1374	1524

CÁLCULO 3

Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Freelance (comunity manager/diseño)	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Creación de logo (prorrateado)	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Asesoría contable externa	400	0	0	400	0	0	0	400	0	0	0	400
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Gastos Administrativos	**2100**	**1200**	**1200**	**1600**	**1200**	**1200**	**1200**	**1600**	**1200**	**1200**	**1200**	**1600**
Gastos de Venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Creacion de web (host y dominio)	800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Soporte y mantenimiento web	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Gastos de Venta	**950**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**	**150**
TOTAL DE GASTOS	1900	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300

CÁLCULO 4

VENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades a vender (servicios)	50.00	100.00	120.00	130.00	150.00	170.00	200.00	90.00	130.00	100.00	120.00	150.00
Precio Unitario sin IGV	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Ingreso Total sin IGV	**1,500.00**	**3,000.00**	**3,600.00**	**3,900.00**	**4,500.00**	**5,100.00**	**6,000.00**	**2,700.00**	**3,900.00**	**3,000.00**	**3,600.00**	**4,500.00**

CÁLCULO 5

RESULTADOS												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Valor de Ventas sin IGV	1,500.00	3,000.00	3,600.00	3,900.00	4,500.00	5,100.00	6,000.00	2,700.00	3,900.00	3,000.00	3,600.00	4,500.00
Total de Costos	1,524.00	1,374.00	1,374.00	1,374.00	1,524.00	1,374.00	1,374.00	1,374.00	1,524.00	1,374.00	1,374.00	1,524.00
Total de Gastos	1900	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Utilidad	**-S/ 1,924.00**	**S/ 1,326.00**	**S/ 1,926.00**	**S/ 2,226.00**	**S/ 2,676.00**	**S/ 3,426.00**	**S/ 4,326.00**	**S/ 1,026.00**	**S/ 2,076.00**	**S/ 1,326.00**	**S/ 1,926.00**	**S/ 2,676.00**
Margen	**-128%**	**44%**	**54%**	**57%**	**59%**	**67%**	**72%**	**38%**	**53%**	**44%**	**54%**	**59%**

IV. Conclusiones y recomendaciones

3.1 Conclusiones

ReBan constituye una iniciativa innovadora y fundamental dentro del entorno urbano de Lima, al brindar una solución sostenible que transforma residuos gráficos en productos útiles con un impacto positivo. Esta propuesta no solo atiende una problemática ambiental urgente, sino que también integra un enfoque social al fomentar el empoderamiento de mujeres a través de empleo digno y formación.

Los resultados obtenidos en la fase de validación evidencian una alta aceptación del concepto entre el público objetivo, lo que confirma el potencial de ReBan para establecerse en el mercado de productos sostenibles. La combinación de diseño, funcionalidad, trazabilidad y propósito le confiere un valor único frente a otras propuestas similares.

3.2 Recomendaciones

Para asegurar su sostenibilidad y crecimiento, se recomienda:

- Fortalecer alianzas con instituciones que generen banners publicitarios y quieran sumarse a la economía circular.
- Implementar campañas educativas sobre el impacto de los residuos gráficos y la importancia del consumo responsable.
- Desarrollar una línea de productos diversificada que mantenga el enfoque de diseño, pero que se adapte a distintos estilos de vida y necesidades.
- Mantener la transparencia y comunicación constante con la comunidad digital, reforzando el vínculo con consumidores comprometidos.

ReBan tiene el potencial de convertirse en un referente de moda circular en el Perú y de ser replicado en otras regiones con problemáticas similares, ampliando así su impacto y alcance.

V. Referencias Bibliográficas

Canal IPe. (s.f.). *Esta empresa social recicla banners para convertirlos en bolsos y mochilas*. Recuperado de https://www.canalipe.gob.pe/noticias/ecologia/esta-empresa-social-recicla-banners-para-convertirlos-en-bolsos-y-mochilas

EcoDesenvolvimento. (2016). *Banners viram sacolas ecológicas*. Recuperado de https://www.ecodesenvolvimento.org/posts/2016/posts/janeiro/banners-viram-sacolas-ecologicas

El Comercio. (2023). *El 61% de millennials peruanos prefiere comprar productos en empaques ecológicos*. Recuperado de https://elcomercio.pe/economia/peru/el-61-de-millennials-peruanos-prefiere-comprar-productos-en-empaques-ecologicos-rmmn-noticia

Fletcher, K., & Tham, M. (2019). *Earth Logic: Fashion Action Research Plan*. The J J Charitable Trust.

Fundación Ellen MacArthur. (2013). *Towards the Circular Economy*. Recuperado de https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-the-circular-economy

McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press.

MINAM. (2024). *Más de 148,500 toneladas de residuos sólidos municipales son valorizados en el país*. Recuperado de https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/955458

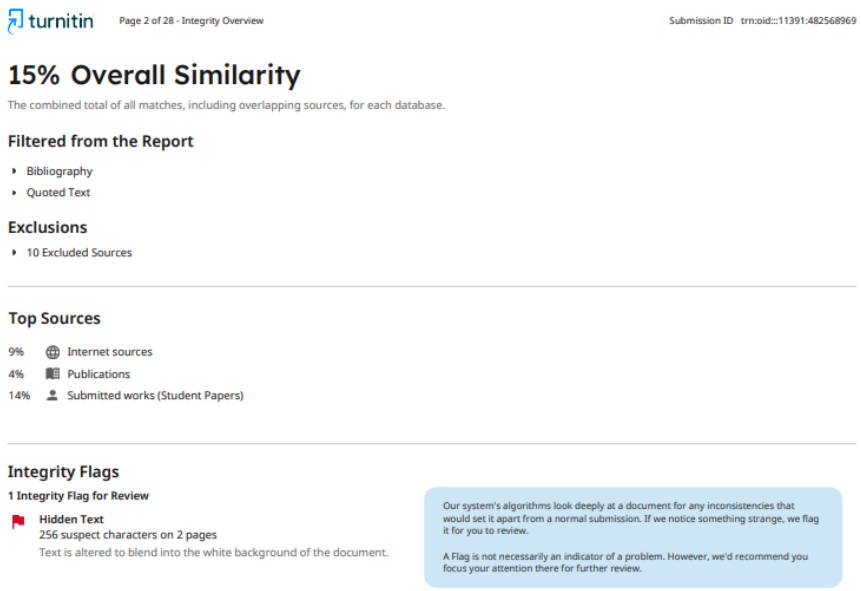
Parley for the Oceans. (s.f.). *Adidas x Parley — Parley*. Recuperado de https://parley.tv/initiatives/adidasxparley

Recidar. (s.f.). *El impacto de los textiles recuperados: beneficio para el medio ambiente y las familias*. Recuperado de https://recidar.pe/el-impacto-de-los-textiles-recuperados-beneficio-para-el-medio-ambiente-y-las-familias/

VI. Anexos

6.1 Informe de Turnitin

El informe de similitud generado por Turnitin reportó un 15% de coincidencia, valor que se encuentra dentro de los parámetros aceptables para trabajos académicos.


turnitin Page 2 of 28 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::11391:482568969

15% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Exclusions

- 10 Excluded Sources

Top Sources

9% Internet sources
4% Publications
14% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

1 Integrity Flag for Review

Hidden Text
256 suspect characters on 2 pages
Text is altered to blend into the white background of the document.

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.

6.2 Link Drive Videos Entrevistas a Usuarios

https://drive.google.com/drive/folders/13Vp92JNYaF4VE1YYk1RIHG1DZiWY3JSI