ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

TÍTULO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN:

EcoMentor

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en dirección y diseño publicitario

AUTOR:

LUCIA ALEXANDRA RAMÍREZ APAZA

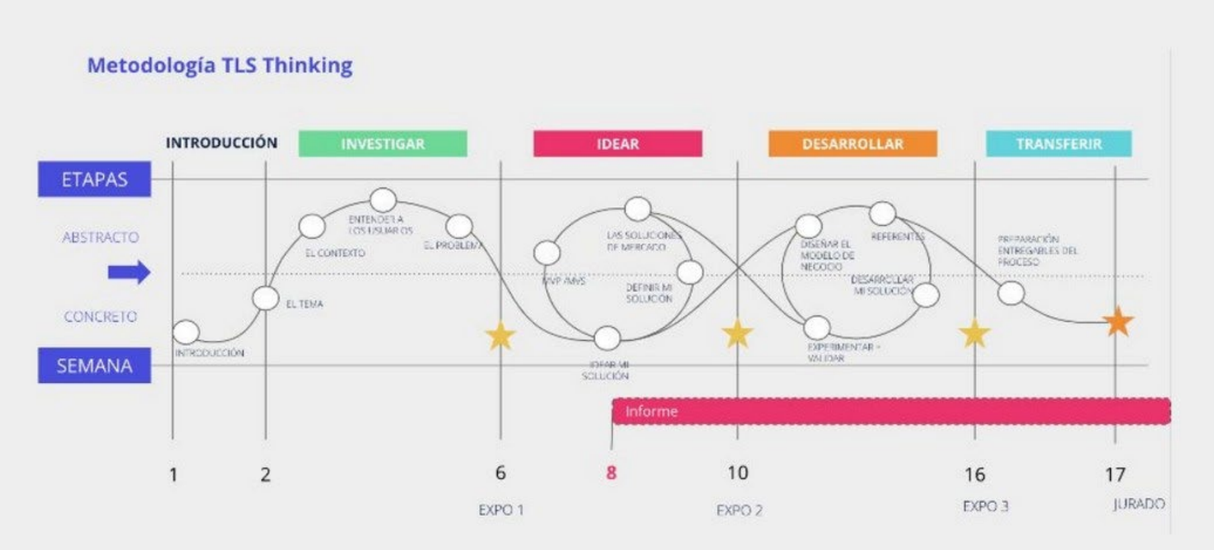
Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:

XIOMARA DANUSKA SALAS MENDOZA

2023

Estructura del curso



InnCh9Jv (3993 - 3994)							
SEMANA	SESION	PROYECTO		CONTENIDOS	SESION	INFORME	
1	1	ju	10/08/2023	Introducción			
2	2	ju	17/08/2023	ODS - Definir Tema, Problema - Investigar: el contexto, las personas, el mercado			
3	3	ju	24/08/2023	Investigación Etnográfica: Observaciones, entrevistas, encuestas, talleres generativos			
4	4	ju	31/08/2023	Análisis - Insights			
5	5	ju	7/09/2023	Arquetipos - Reto de Diseño			
6	6	ju	14/09/2023	Exposición Investigación			
7	7	ju	21/09/2023	Propuesta de Valor			
8	8	ju	28/09/2023	Ideación		n° clase	
9	9	ju	5/10/2023	Aterrizaje	1	lu	2/10/2023
10	10	ju	12/10/2023	Exposición de Ideación	2	lu	9/10/2023
11	11	ju	19/10/2023	Lienzo de Modelo de Negocio	3	lu	16/10/2023
12	12	ju	26/10/2023	MVP Y MVS	4	lu	23/10/2023
13	13	ju	2/11/2023	Experimentación	5	lu	30/10/2023
14	14	ju	9/11/2023	Validación	6	lu	6/11/2023
15	15	ju	16/11/2023	SEMANA LIBRE - PREPARACIÓN JURADO	7	lu	13/11/2023
16	16	ju	23/11/2023	Exposición Desarrollar	8	lu	20/11/2023
17	17	mi	29/11/2023	Jurado (12m - 2pm) 3993	9	lu	27/11/2023
18	17	ju	30/11/2023	Jurado (12m - 2pm) 3994	Entrega informe final	do	3/12/2023

METODOLOGÍA TLS THINKING

Investigar

Semana 2

ELECCIÓN DE LA ODS



10.1 Para 2030, lograr y mantener de manera progresiva el crecimiento de los ingresos del 40 % más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional.

Niños trabajando en las calles

Falta de oportunidades para personas de bajos recursos.

Falta de buen personal educativo

10.2 Para 2030, empoderar y promover la inclusión social, económica y política de todos, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o condición económica o de otro tipo.

Presión social hacia personas de diferente raza.

Discriminación en el trabajo

Falta de empleo para personas con discapacidad

10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir las desigualdades de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo la legislación, las políticas y la acción adecuadas a este respecto.

Falta de legislaciones en las personas de comunidades

Desarrollar y mejorar infraestructuras en comunidades marginadas, como viviendas asequibles, acceder a agua potable y servicios básicos, para mejorar las condiciones de vida y reducir las disparidades socioeconómicas.

Implementar sistemas de seguimiento y recopilación de datos para medir y analizar las desigualdades de oportunidades y resultados en diferentes áreas.

10.7 Facilitar la migración y la movilidad ordenada, segura, regular y responsable de las personas, incluso mediante la implementación de políticas migratorias planificadas y bien gestionadas.

Falta de regularización para personas que quieren migrar

Personal capacitado para el control fronterizo e ingreso de personas extranjeras al país

Incremento de xenofobia

Explotación laboral hacia migrantes



12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.

Falta de regularización de consumos en la población

Proporcionar a los agricultores acceso a tecnologías y prácticas agrícolas más eficientes, como metodos de almacenamiento adecuado y capacitacion en técnicas de poscosecha.

Implementar prácticas y tecnologías que reduzcan las pérdidas de alimentos

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

Falta de hábitos de consumo

Ausencia de implementos de reciclaje en empresas

Establecer políticas que faciliten la recolección y el reciclaje de materiales

12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

Alianzas con empresas privadas para adoptar practicas sotenibles

Empresas sin Medios Ecoamigables

Establecer sistemas de certificación y etiquetados que reconozca a las empresas que cumplen con estandares de sostenibilidad

12.A Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.

Falta de cooperación entre países desarrollados y en desarrollo para transferir conocimientos

Facilitar la transferencia de tecnología sostenible desde los países mas avanzados a los paises en desarrollo

Ayudar a los países en desarrollo a construir infraestructura sostenible, como sistemas de energía renovable, tratamiento de aguas residuales, etc

Elegimos una ODS

Temas elegidos

Temas considerados

Semana 2



Metas asociadas a las ODS

Lo que me apaSiona

Lo que Se hacer (habiLidadeS)

Metas asociadas a las ODS	Lo que me apaSiona	Lo que Se hacer (habiLidadeS)
Discriminación en el trabajo 10.2 Para 2030, empoderar y promover la inclusión social, económica y política de todos, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o condición económica o de otro tipo.	Analizar cómo la discriminación basada en la edad afecta a los trabajadores mayores y jóvenes, y cómo las organizaciones pueden fomentar la igualdad. Exclusión por nacionalidad y el origen étnico. Identificar los tipos de discriminación: género, raza, orientación sexual, discapacidad, religion, etc la igualdad Explorar cómo los prejuicios inconscientes pueden afectar las decisiones en el trabajo y cómo mitigar su impacto. Anuncios laborales donde especifican el género Analizar el papel de la empresa para prevenir la discriminación y promover la igualdad implementar el respeto	Empatía Inclución Empatía justicia Resolución de Conflictos Igualdad Liderazgo liderazgo
Niños trabajando en las calles 10.1 Para 2030, lograr y mantener de manera progresiva el crecimiento de los ingresos del 40 % más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional.	Interactuar con niños Aprovechamiento de sus mismos familiares Explorar los riesgos de explotación, abuso físico y emocional a los que están expuestos. concientizar sobre la explotación infantil Entender las razones detrás del trabajo infantil en las calles Apoyo a los niños contra la exposición pública Evaluar las leyes y aplicación relacionada con el trabajo infantil crear programas que combatan el trabajo infantil	Escucha activa Conciencia Empatía trabajo en equipo Paciencia Influencia Comunicación asertiva creatividad
Falta de empleo para personas con discapacidad 10.2 Para 2030, empoderar y promover la inclusión social, económica y política de todos, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o condición económica o de otro tipo.	Conocer diferentes realidades Inclusión social Explorar la importancia de las adaptaciones razonables en el lugar de trabajo y entorno en general crear oportunidades igualitarias Crear una cuidad inclusiva La integración Examinar como la colaboración entre los sectores público y privado pueden contribuir a abordar la falta de empleo capacitar a personas con discapacidad para que desarrollen habilidades y aumentar sus oportunidades de trabajo	Experiencia aprendiendo lengua de señas Adapatabilidad Adaptabilidad empatía Práctica en entrevistas a personas sordas y ciegas Empatía Ética sensibilización

Definimos el tema del proyecto y al final formulamos el título de manera segmentada para reflejar con precisión el enfoque de nuestra investigación.

Semana 2



Metas asociadas a las ODS

Lo que me apaSiona

Lo que Se hacer (habiLidadeS)

Implementar prácticas y tecnologías que reduzcan las pérdidas de alimentos

12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.

Lidiar con el exceso de residuos orgánicos

Buscar una forma en reutilizar los residuos

Ver como mejorar la gestión de la cadena de suministros, ingluyendo logística y transporte

crear alianzas con lugares que deseen utilizar los recursos sobrantes

Interés en el mundo de los alimentos

Implementar contumbres que ayuden a la reducción de los alimentos

Resaltar la importancia del consumo responsable, planificación de comidas y la reducción de desperdicios en el hogar

Mejorar el inventario para monitorear el manejo de alimentos

Creación de campañas

Creatividad

Conciencia

comunicación asertiva

Pensamiento Creativo

Iniciativa

Responsabilidad

igualdad

Empresas sin Medios Ecoamigables

12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

Saber que nuevas tecnologías son usadas por las empresas

Involucrarse con el medio ambiente

Plantear la economía circular, que promueve la reutilización y reciclaje de los productos

concientizar que el planeta necesita ser cuidado

Conocer de la forma de pensar en otros países en cuanto al cuidado del medio ambiente

Formentar una cultura sostenible

El uso de certificaciones y etiquetas ecoamigables pueden ayudar a indentificar productos o empresas sostenibles

hacer asumir responsabilidades en impacto ambiental

Conciencia Ambiental

Optimismo

Consciencia

cuidar el medioambiente

Colaboración

Aprendizaje

Responsabilidad

reciclar

Semana 2

Empresas sin Medios Ecoamigables

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Lo que no funciona

- Nadie cuenta con conciencia ecológica
- Los empleados y la dirección pueden resistirse a abandonar métodos tradicionales en favor de prácticas ecoamigables
- Falta de regulación y sanción por parte del Estado Gubernamental
- Adoptar tecnología ecoamigable puede ser técnicamente completa y requiere adaptacion y capacitación
- Si no hay beneficios claros o recompensas inmediatas para la adopción de prácticas ecoamigables, algunas empresas pueden no sentir la urgencia de hacerlo.
- En industrias competitivas, las empresas priorizan vencer a sus rivales en precio y calidad, relegando a un segundo plano las prácticas ecoamigables.

- Porque nadie les enseño desde niños a cuidar el planeta
- Porque el rubro de la empresa no encuentra un balance entre la sostenibilidad y rentabilidad
- Porque el gobierno puede no estar plenamente conscientes de la importancia de regular y sancionar prácticas no sostenibles
- Porque la capacitación del personal para operar y mantener las nuevas tecnologías puede ser una barrera, especialmente si las tecnologías son complejas.
- Porque hay desinformación o escepticismo por parte de los líderes de estas organizaciones
- Porque si no hay beneficios claros o recompensas inmediatas para la adopción de prácticas ecoamigables, algunas empresas pueden no sentir la urgencia de hacerlo.

- Porque los padres tienen otras prioridades
- Porque no hay un área específica que se dedique a la investigación de estrategias para encontrar dicho balance
- Porque no hay información o datos y análisis específicos sobre el impacto ambiental
- Porque genera costos altos en el proceso de capacitación de la producción, servicio o idea.
- Porque las creencias políticas o ideológicas pueden influir en la percepción del calentamiento global.
- Porque muchas veces el rubro de la empresa no esta enfocado directamente al cosumidor final y no obtienen un reconocimiento social o económico como tal.

- Porque hay una alta demanda laboral y económica
- Porque existe limitación de recursos, tanto financieros como humanos, para dedicar una entidad específica solo a la investigación de estrategias de equilibrio
- Porque falta de recursos (dinero) para el estudio de estas estadísticas
- Porque requiere invertir en nueva infraestructura, maquinaria o equipos especiales
- Porque algunos empresarios podrían rechazar la idea debido a su afiliación política o filosofía.
- Porque algunas empresas pueden centrarse en los resultados a corto plazo y no percibir los efectos del calentamiento global

- Porque hay un crecimiento familiar y deben cubrir los gastos básicos de esta
- Porque la falta de conciencia ecológica de los líderes, no muestra disposición para invertir en sostenibilidad
- Porque no consideran una prioridad el estudio de estadísticas ambientales
- Porque a través de este cambio se debe replantear todos los procesos de trabajo(empezar de cero)
- Porque debido a su experiencia personal previa, sienten una mayor confianza en sus creencias arraigadas
- Porque en tiempos de incertidumbre económica, las empresas pueden priorizar medidas que aseguren su estabilidad inmediata.

- Porque no hay una enseñanza de educación sexual
- Porque no se constató cómo estas inversiones pueden ser beneficiosas para el medio ambiente y también para la empresa en términos financieros y de reputación
- Porque no hay conciencia ni educación ambiental
- Porque es necesario el cambio para tener un entorno mas sostenible
- Porque los empresarios temen el cambio debido a la incertidumbre sobre sus resultados y la necesidad de preservar la estabilidad
- Porque sino disminuyen los ingresos de la empresa. Generando desempleo e inestabilidad.

Lo que funciona

- Empresas han cambiado su infraestructura para ser ecoamigables
- Fomentar políticas de trabajo remoto y horarios flexibles para reducir la necesidad de viajes y el consumo de recursos.
- Utilizar materiales de embalaje biodegradables o reciclables para reducir el desperdicio de envases.
- Generar un impacto positivo en los consumidores

- Porque adoptar prácticas ecoamigables puede mejorar la reputación y percepción de la marca
- Porque se puede reducir el uso de transporte público, privado y el consumo de hidrocarburos .
- Porque fomenta la economía circular
- Porque hay una creciente conciencia y demanda de productos y servicios sostenibles

- Porque la adopción de ecosostenibilidad puede destacar la empresa en un mercado saturado
- Porque generaria menos contaminación
- Porque permite la innovación de nuevos rubros que permitan aumentar los puestos de trabajo
- Porque el hecho de ser sostenible genera una mejor imagen ante otras empresas y al consumidor

- porque demuestra que no solo se preocupan por el dinero sino también el bienestar social y el medio ambiente
- Porque con menos personas en la oficina se reducen la necesidad de mantener edificios y equipos en funcionamiento constante
- Porque nos enfocamos en un nicho de mercado que no está completamente cubierto
- Porque existe la expectativa de los stakeholders en la adopción de prácticas sostenibles

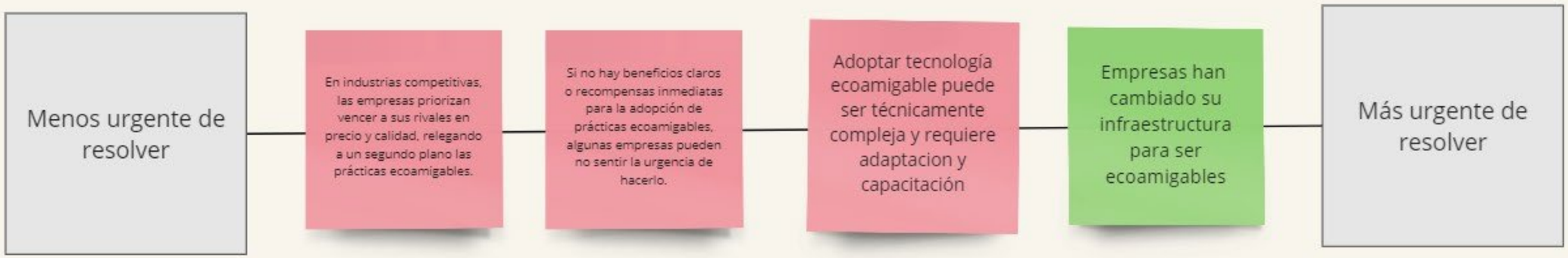
- Porque estas prácticas ecoamigables pueden crear una conexión emocional más fuerte con los clientes generando más ventas
- Porque ayudaria a ahorrar energia y recursos
- Porque es un nicho que se ha vuelto relevante para las personas
- Porque ellos generan un impacto en los consumidores de estas marcas generandoles una presión.

- Porque los consumidores valoran la sostenibilidad y pueden desarrollar una lealtad más fuerte hacia las marcas que comparten sus valores
- Porque se reducirían las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes, lo que contribuye a un aire más limpio y un ambiente más saludable.
- Porque estas se han dado cuenta que la contaminación ambiental les afecta y esto ha hecho que demuestren mayor interés
- Porque quieren que las empresas se sumen a la idea de sostenibilidad

Optamos por refinar el título con el objetivo de segmentarlo más efectivamente, buscando así ampliar nuestras ideas sin perder la claridad del enfoque. Este enfoque refinado será una constante a lo largo de nuestra investigación.

Semana 2

MATRIZ PRIORIZACIÓN



Identificamos que adoptar tecnología sostenible es la razón más urgente a resolver en cuanto al tema de la ausencia de prácticas ecoamigables en empresas medianas en Lima Metropolitana, ya que puede ser compleja y requiere adaptación y capacitación.

Semana 2

	INVESTIGACIÓN				OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
D DEMOGRÁFICO	- El turismo representa el 3,9% del PBI en el Perú, mientras que para el PBI de Lima, asciende a 4,6%, la demanda de prácticas sostenibles en el sector gastronómico puede aumentar debido a la sensibilidad ambiental de los turistas. https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2018/feb/beneficios-del-turismo-en-las-ciudades-latinoamericanas-que-mas-viajeros-reciben.html	- Hasta la fecha se han generado más de **75,000 toneladas de residuos, y se ha evitando que estos lleguen directamente al mar,** protegiendo así al **medio ambiente** y poniendo en valor zonas del litoral que antes estaban degradadas. https://andina.pe/agencia/noticia-descontaminacion-playas-incrementa-turismo-interno-litoral-lima-metropolitana-929436.aspx	- La aplicación en los restaurantes de prácticas sostenibles de reducción de residuos influye positivamente en los consumidores, ya que, sin tener mayor conocimiento sobre esta práctica, la consideran primordial para reducir el porcentaje de residuos en Lima https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/ddbca565-0196-43e3-a290-572c6fbcdb7f/content	Una encuesta realizada a 36 cafeterías de especialidad en Lima, señala que **el negocio suele ser manejado por jóvenes entre 25 y 40 año**s (2019), considerados la generación millennials, quiénes revolucionaron la industria global de café al imponer nuevos estándares para los productos elaborados a base de café y hoy lo hacen en el mercado nacional. https://camcafeperu.com.pe/ES/articulo.php?id=113	Podría mejorar la calidad de los servicios y atraer a un público que valora la responsabilidad ambienta	Los resultados obtenidos pueden ser utilizados para sensibilizar y educar a la comunidad sobre la importancia de desechar los residuos adecuadamente y el impacto positivo que esto puede tener en el medio ambiente	Puede ser utilizado como un factor de diferenciación competitiva, atrayendo a huéspedes y clientes que valoran la responsabilidad ambiental.	La contaminación ambiental puede tener un impacto significativo en la salud de la población, y si no se aborda adecuadamente, podría dar lugar a problemas de salud a largo plazo.	Las tiendas orgánicas pueden dejar de ser populares en el futuro	La conciencia ambiental entre los jóvenes podría disminuir con el tiempo si no se mantiene el interés y la participación activa, lo que podría reducir la efectividad de las acciones a largo plazo.
P POLÍTICO	Las empresas vienen incorporando en sus prácticas de responsabilidad ambiental y climática estrategias destinadas a cubrir toda la cadena de valor de sus productos en temas como manejo forestal sostenible; responsabilidad con las comunidades y beneficios justos; ahorro en consumo de agua; no deforestación; bajas emisiones de carbono; etc. https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2016/07/Peru-2030_la-visi%C3%B3n-del-Per%C3%BA-que-queremos.pdf	El Perú ha implementado diversos instrumentos de política que afirman su rumbo hacia el desarrollo sostenible y bajo en carbono, traduciéndose en acciones sectoriales que fomentan la reducción de emisiones de GEI directa e indirectamente. Así, se puede mencionar la asignación de presupuesto público hacia la promoción del uso de energías renovables, la eficiencia en la producción, la gestión de residuos, transporte y la gestión sostenible de los bosques. https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2016/07/Peru-2030_la-	La ministra del Ambiente, Albina Ruiz, sostuvo que en el actual contexto climático debemos tener una visión hacia el futuro para avanzar. Luego, resaltó la labor de las 14 empresas privadas que han cumplido con las metas establecidas en los APL; de las 48 que redujeron su huella de carbono y de las 20 que neutralizaron su huella de carbono. También invitó a que más empresas se sumen a estas estrategias a favor de la madre tierra. https://www.elperuano.pe/noticia/210453-minam-reconoce-a-empresas-lideres-en-sostenibilidad-y-empatia-ambiental	Permite la protección a más ciudadanos de la contaminación	Puede impulsar la innovación en la empresa, llevando a la adopción de prácticas y tecnologías más eficientes y respetuosas con el medio ambiente.	El reconocimiento público y elogio por el cumplimiento de metas ambientales pueden motivar a otras empresas a seguir su ejemplo y adoptar prácticas más sostenibles.	Puede haber resistencia interna por parte de los empleados o la dirección a la adopción de prácticas sostenibles que podrían requerir cambios en los procesos y la cultura corporativa.	Cambios en la administración o las prioridades políticas podrían afectar la continuidad y el impulso de las políticas sostenibles.	La falta de participación y compromiso de algunas empresas podría limitar los resultados generales en la reducción de la huella de carbono y la sostenibilidad ambiental.
E ECONÓMICO	La difícil realidad económica del Perú es una consecuencia de una falta de productos y servicios competitivos en el mercado globalizado; por falta de conocimientos científicos y tecnológicos; debido a que no se promueve la investigación. https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/46659113640A0CB805257A7E0056AF56/$FILE/PROYECTO_DE_LEY_09538.pdf	Para el próximo año se prevé que nos visitarán 277,651 turistas extranjeros con la principal motivación de conocer nuestra oferta culinaria. Llegarían 162,038 viajeros con esa principal motivación. https://www.elperuano.pe/noticia/190584-turismo-gastronomico-generara-ingresos-por-us-200-millones	El grupo de restaurantesmostró un avance de 63,59% por el aumento de los niveles de venta en los negocios de pollerías, restaurantes, comidas rápidas, chifas, restaurantes turísticos, café restaurantes, cevicherías y sandwicherías, favorecidos por la mayor difusión de publicidad en medios de comunicación, implementación de cartas de menú digitales, reservas en línea, el desarrollo de páginas web con la información del negocio y la facilidades para realizar pagos electrónicos y el servicio de delivery. - La aplicación en los restaurantes de prácticas sostenibles de reducción de residuos influye positivamente en los consumidores, ya que, sin tener mayor conocimiento sobre esta práctica, la consideran primordial para reducir el porcentaje de residuos en Lima https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/ddbca565-0196-43e3-a290-572c6fbcdb7f/content	Al minimizar el daño ecológico permite a las empresas una posible reducción de los costos en producción, al mejorar la eficiencia de los procesos productivos, y la utilización de materias primas y energía. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000200010	Promover la investigación y la inversión en tecnología podría llevar a la creación de productos y servicios más competitivos.	Ofrecer tours culinarios, clases de cocina y degustaciones puede aumentar la participación de los turistas y mejorar su experiencia.	pueden crearse nuevas leyes para preservar, cuidar y no vuelvan a ocurrir estos accidentes	La falta de tecnología hace que los nuevos profesionales migren a otros paises	La inestabilidad económica, huelgas o subidas de precio a los alimentos puede alejar a los turistas	el derrame de petróleo podría causar daños duraderos al medio ambiente y la biodiversidad, lo que afectaría la atracción turística a largo plazo.

Semana 2

	INVESTIGACIÓN				OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
S SOCIOCULTURAL	Existen conceptos relacionados a estos y a los productos naturales que afectan las percepciones de los consumidores debido a las actividades de *marketing* propias de la industria alimentaria, que impulsan a la compra de productos naturales presentándolos como si fueran orgánicos. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-18652015000200002	El cambio en los hábitos de los consumidores a nivel mundial ha derivado en que cada vez más personas se preocupen por la protección del medio ambiente a través de lo que compran. Por ello, las empresas de diferentes sectores tienen la responsabilidad de implementar nuevas soluciones sostenibles mediante la selección de proveedores ecológicos. https://elcomercio.pe/economia/peru/el-61-de-millennials-peruanos-prefiere-comprar-productos-en-empaques-ecologicos-rmmn-noticia/	9 de cada 10 millennials latinoamericanos tiene presente el impacto ambiental por lo menos en "alguna" de sus decisiones de compra. Respecto a la frecuencia de compra de productos que cuidan la salud o el medio ambiente, el 66% de las personas encuestadas declaran hacerlo al menos una vez a la semana. https://www.businessempresarial.com.pe/peru-es-el-pais-con-mayor-frecuencia-en-la-compra-de-productos-eco-amigables/	Otro aspecto que se debe tener en cuenta es la reconexión social, ya que "la gastronomía trabaja y abraza todos los niveles de la cadena de alimentos para generar cambios sociales, a través de la inclusión y la nutrición", afirmó Nicola Gryczka, fundadora del Social Gastronomy Movement. https://hotevia.info/gastronomia-sostenible-factor-clave-para-la-reinvencion-en-el-sector-gastronomico/	Fomento de la agricultura sostenible	Las cafeterías sostenibles pueden convertirse en lugares de encuentro para personas interesadas en la sostenibilidad y la cultura local	Promoción de productos locales	La abundancia de cafeterías en algunas áreas puede resultar en una competencia feroz y la dificultad para atraer y retener clientes.	Las preferencias de los consumidores pueden cambiar rápidamente, lo que requiere que las cafeterías se adapten continuamente a las nuevas tendencias y demandas.	Las estrategias de marketing que presentan productos naturales como orgánicos o de mayor calidad de lo que realmente son pueden dañar la reputación de la marca y llevar a problemas legales.
T TECNOLÓGICO	La tecnología moderna aumenta la productividad y la eficiencia de las actividades humanas, ya que nos permite realizar las tareas en menos tiempo. Además, gracias a la gran cantidad de información que se dispone, es posible tomar decisiones más acertadas y reducir los errores humanos. https://medium.com/@yaksiyuvalcastroleon08/impacto-en-la-tecnolog%C3%ADa-747b9f1e55f4	Más adelante, el chef Santiago Santolalla, de Seitan Urban Bistro, abordó sobre los nuevos servicios y técnicas de elaboración en el sector gastronómico y cómo los dark kitchen (cocinas fantasmas) se han convertido en un importante modelo de negocio en el mercado gastronómico peruano. https://lacamara.pe/ccl-la-tecnologia-es-aliada-de-la-gastronomia/	Sostuvo que, gracias a la tecnología, los cocineros peruanos están cada vez más interesados en emplear nuevos equipos, así como innovar e investigar variados insumos y combinaciones, y conocer nuevas técnicas de producción. **https://lacamara.pe/ccl-la-tecnologia-es-aliada-de-la-gastronomia/**	La tecnología moderna brinda oportunidades para adoptar nuevas herramientas y enfoques que pueden aumentar aún más la productividad.	Si Santiago Santolalla se involucra en el negocio de dark kitchen de manera efectiva, podría aprovechar una tendencia en crecimiento en el sector gastronómico peruano.	Que los nuevos cocineros le interesen la tecnología podría hacer que estén actualizados en nuevas tendencias	La creciente dependencia de la tecnología también conlleva amenazas, como ciberataques y la exposición de datos sensibles.	a creciente dependencia de la tecnología y las plataformas en línea para la operación de dark kitchens puede exponerlas a riesgos de seguridad cibernética, como ataques informáticos o robos de datos.	existe la amenaza de que los equipos y tecnologías actuales se vuelvan obsoletos rápidamente
A AMBIENTAL	Tanto "Central" y "Panchita" destacan además porque destinan los residuos orgánicos a la empresa Sinba, que se encarga de segregar y convertir a estos residuos en alimentos para animales de granja. Para que esto sea posible, Sinba capacita al personal del restaurante a fin de mantener sus buenas prácticas ambientales. Según la empresa, hasta la fecha han logrado recuperar 286 toneladas de residuos orgánicos. Otras empresas que trabajan con Sinba son **Don Bellsario, La Baguette, Flora & Fauna, Tribu, Madame Tusán, Isolina, Starbucks,** entre otras. https://www.actualidadambiental.pe/conoces-otros-estos-son-los-restaurantes-que-tienen-buenas-practicas-ambientales/	A mediados de 1997, el Congreso de la República promulgó la Ley Orgánica de Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Naturales que define el marco legal general para todos los recursos naturales, sin perjuicio del desarrollo de legislación específica para cada uno de ellos. https://agendaperu.franciscosagasti.com/dossier-de-prensa/descargas/publicaciones/pub-06.pdf	La contaminación ambiental es considerada para los limeños el tercer problema más grave de la ciudad luego de la delincuencia y el transporte. Al generar industria es necesario considerar que el consumidor limeño cuenta con herramientas que le permiten decidir y calificar si alguna industria perjudica la salud y medio ambiente, así también el reciclaje y la compra de productos que no contaminen se están convirtiendo en tendencia principalmente en los sectores A y B ("Cuidado del ambiente...," 2014). https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12435	Las estrategias que implementa el Mincetur en torno a la calidad turística es el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas aplicado a la gestión ambiental; sin embargo no ha tenido continuidad en el tiempo y se ha desarrollado en no más de 10 regiones a nivel nacional. Sin embargo, se conoce del ímpetu de las empresas participantes por trabajar bajo el enfoque de un turismo sostenible, que como señala la OMT es imprescindible el equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9084	La gestión sostenible de residuos puede ser una poderosa herramienta de marketing y una oportunidad para destacar el compromiso social y ambiental de los restaurantes, atrayendo a clientes que valoran estas prácticas.	Las cafeterías pueden diferenciarse al enfocarse en la adquisición de café de origen sostenible y comunicar su compromiso con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.	Las cafeterías pueden diferenciarse de la competencia al enfocarse en ofrecer café de alta calidad y una experiencia turística única, alineada con los principios de sostenibilidad.	Cambios en las regulaciones ambientales podrían afectar la forma en que los restaurantes gestionan y disponen de residuos orgánicos.	Cambios en las regulaciones relacionadas con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales pueden influir en la forma en que las cafeterías adquieren y promocionan sus productos.	**:** La industria de las cafeterías es altamente competitiva, y la diferenciación basada en la calidad y la sostenibilidad puede no ser suficiente para destacarse en un mercado saturado.

Semana 2

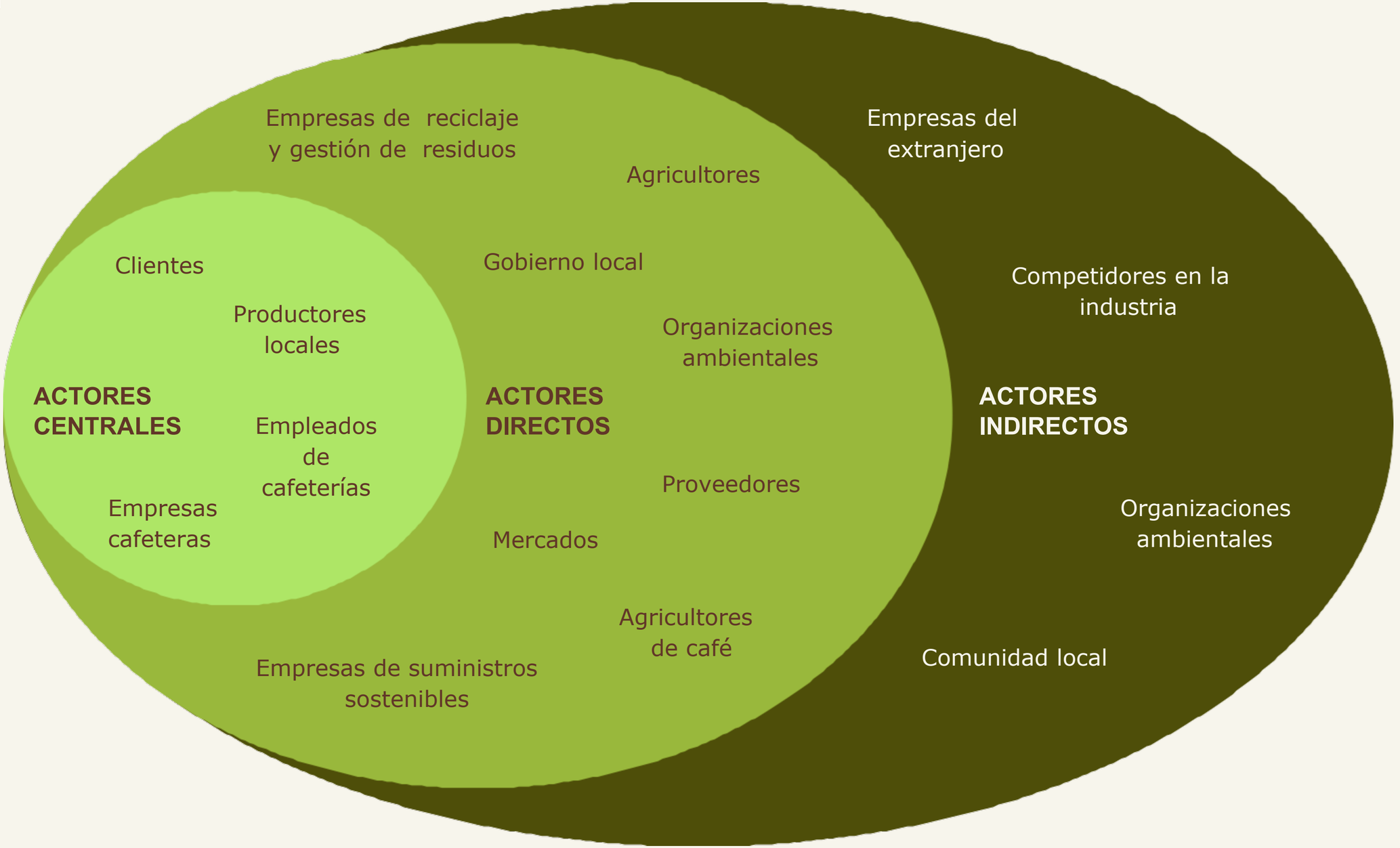
Etapas de Elaboración del Título del Tema

Después de investigar mejor el tema, optamos por segmentar el título más, centrándonos en las cafeterías como un área específica de estudio.

Este enfoque se justifica al observar el crecimiento de las cafeterías en Lima, reflejo de una tendencia global donde los cambios en el estilo de vida impulsan la búsqueda de nuevas experiencias, incluyendo el consumo de café fuera del hogar. Con más de 180 cafeterías de especialidad en Lima, que van desde apasionados emprendimientos hasta cadenas nacionales. Además, destacamos la contribución positiva del cultivo del café al medio ambiente.

1. **"Empresas sin Medios Ecoamigables"**
2. **"Ausencia de Prácticas Ecoamigables en empresas medianas de Lima Metropolitana"**
3. **"Prácticas sustentables en las empresas privadas de Lima MetropoLitana para un entorno más ecológico"**
4. **"Prácticas sostenibles en cafeterías de Lima Metropolitana"**

Semana 3


Empresas de reciclaje y gestión de residuos
Agricultores
Empresas del extranjero
Clientes
Gobierno local
Competidores en la industria
Productores locales
Organizaciones ambientales
ACTORES CENTRALES
ACTORES DIRECTOS
ACTORES INDIRECTOS
Empleados de cafeterías
Proveedores
Empresas cafeteras
Organizaciones ambientales
Mercados
Agricultores de café
Comunidad local
Empresas de suministros sostenibles

Semana 3

PLAN DE INVESTIGACIÓN CENTRADA EN PERSONAS

¿Que quiero aprender?	Método	Características	Recursos
¿Qué tanto conocen los consumidores de café sobre prácticas sostenibles en cafeterías?	80 ENCUESTAS	consumidores de café, visitantes de cafeterías	Google forms
Conocer si su cafetería es sostenible o no. saber si utilizan prácticas sostenibles y cómo lo ve el cliente	10 ENTREVISTAS	Dueños y trabajadores de cafeterías	Reunión online o presencial
Para verificar si utiliza prácticas sostenibles y se dedica a la utilización de residuos de manera responsable. ¿Qué le falta?	3 OBSERVACIONES	A cafeterías	Investigación en el campo
Explorar aspectos menos obvios y analizar el comportamiento auténtico de los involucrados, así como sus perspectivas y requerimientos. Obtener ideas más profundas y significativas con respecto a la sostenibilidad en cafeterías.	2 TALLERES GENERATIVOS	usuarios de cafeterías, dueños, empleados y consumidores de café	taller virtual o presencial

Semana 3

Guión de encuestas

Introducción

¡Hola! somos estudiantes del Instituto Toulouse Lautrec. En esta encuesta se buscamos comprender mejor el comportamiento del consumidor con respecto a las prácticas sostenibles en cafeterías de Lima Metropolitana. Tus respuestas serán valiosas para encontrar posibles soluciones. Agradecemos responda las siguientes preguntas:

Banco de preguntas

- Selecciona tu género
- ¿Cuál es tu rango de edad?
- ¿En qué distrito de Lima Metropolitana resides?
- ¿Cuál es tu nivel de educación?
- ¿Cuál es tu nivel socioeconómico (NSE)?
- ¿Cuál es tu ocupación actual?
- Selecciona: ¿Cuál es su nivel de conocimiento en los siguientes temas relacionados a la *sostenibilidad*?
- ¿Has considerado alguna vez el impacto ambiental de los productos o servicios que consumes?
- Del 1 al 5: ¿Qué tanto influye en tu elección de compra si un producto o servicio es sostenible?
- ¿Con qué frecuencia visitas cafeterías en Lima Metropolitana?
- ¿Qué aspectos son más importantes para ti al elegir una cafetería? *Puedes seleccionar múltiples opciones*
- Del 1 al 5: ¿Qué tanto te importa saber de dónde provienen los productos que consumes en tu cafetería favorita?
- ¿Sueles visitar cafeterías que promuevan prácticas sostenibles?
- Por favor, selecciona las prácticas sostenibles que hayas observado o escuchado que se realizan en cafeterías. *Puedes seleccionar múltiples opciones*
- De la pregunta anterior, menciona la práctica sostenible que consideres más importante en una cafetería y el porque.

Cierre

- ¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por productos sostenibles en una cafetería?
- ¿Tienes alguna sugerencia o recomendación para que las cafeterías mejoren su compromiso con la sostenibilidad?

Nos dimos a la tarea de crear guiones de encuestas para absorber información sobre el tema. En esta encuesta tuvimos más de 80 participantes y nos enfocamos en personas que consuman en cafeterías.

Semana 3

Guión de entrevistas

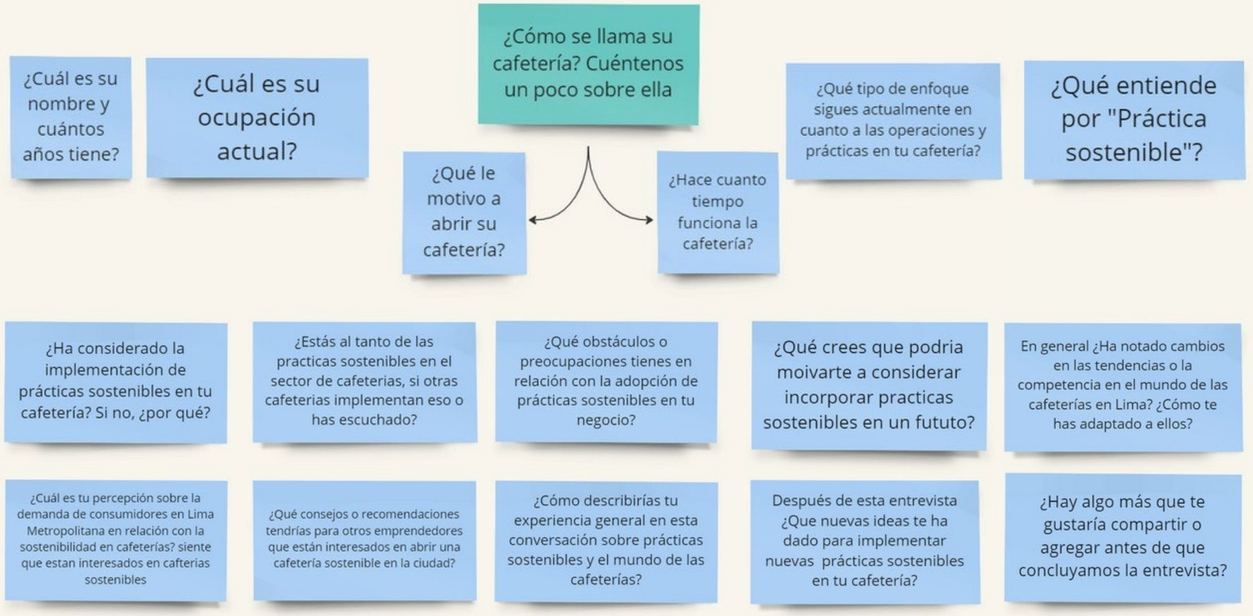
(dueñas de cafeterías sostenibles)

Introducción

Hola, somos alumnos de Toulouse Lautrec, muchas gracias por aceptar esta entrevista, nos presentamos ... y nuestro proyecto de investigación buscamos investigar sobre prácticas sostenibles en cafeterias de Lima Metropolitana. Agradecemos que pueda contribuir con su experiencia.

Mi nombre es “nombre aquí” y seré yo quien te haga las preguntas y mi compañer@ “nombre aquí” también nos acompañará para llevar registro de las respuestas que nos brindes.

Banco de preguntas



En esta entrevista nos enfocamos solo el dueñas con cafeterías sostenibles. Hubo que hacer un cambio a las preguntas , porque al principio quisimos entrevistar a dueñas de cafeterías no sostenibles pero nos dimos cuenta que todas las que habíamos reservado para entrevistar hacían algo para ser sostenibles.

Semana 3

Guión de entrevistas

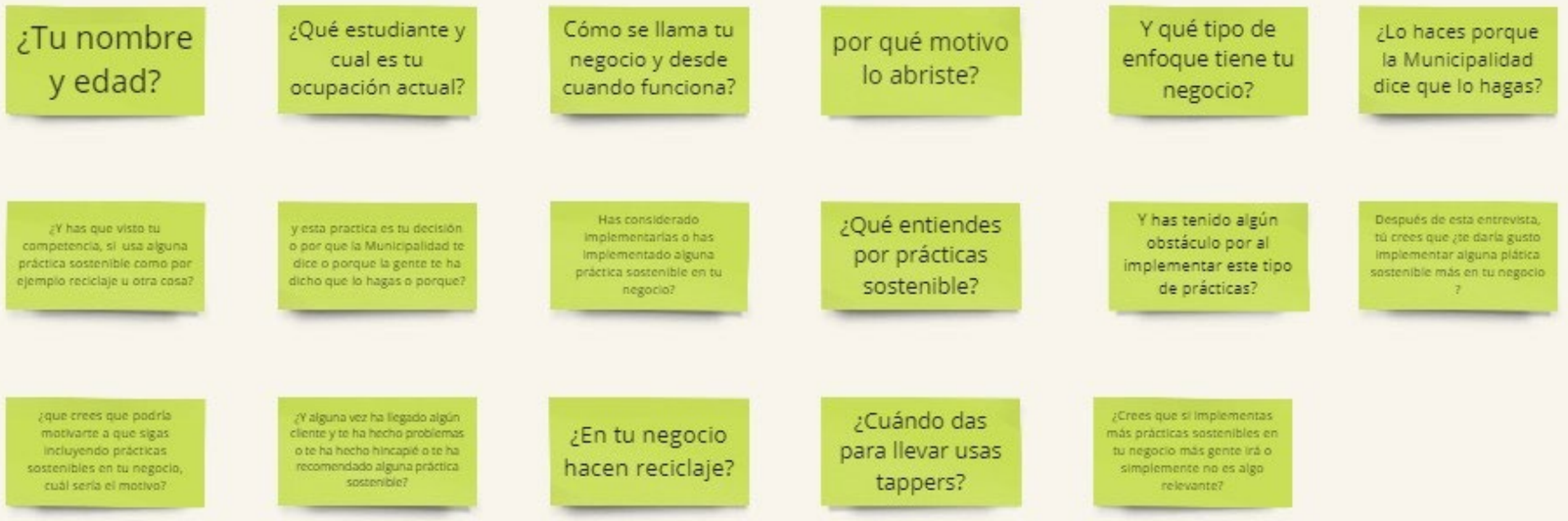
(dueña de cafetería no sostenible)

Introducción

Hola, somos alumnos de Toulouse Lautrec, muchas gracias por aceptar esta entrevista, nos presentamos … y nuestro proyecto de investigación buscamos investigar sobre prácticas sostenibles en cafeterias de Lima Metropolitana. Agradecemos que pueda contribuir con su experiencia.

Mi nombre es “nombre aquí” y seré yo quien te haga las preguntas y mi compañer@ “nombre aquí” también nos acompañará para llevar registro de las respuestas que nos brindes.

Banco de preguntas



Semana 3

Guión de entrevistas

(Jefe de proyecto en Praxis Ecology)

Introducción

Hola, somos alumnos de Toulouse Lautrec, muchas gracias por aceptar esta entrevista, nos presentamos ... y nuestro proyecto de investigación buscamos investigar sobre prácticas sostenibles en cafeterias de Lima Metropolitana. Agradecemos que pueda contribuir con su experiencia.

Mi nombre es “nombre aquí” y seré yo quien te haga las preguntas y mi compañer@ “nombre aquí” también nos acompañará para llevar registro de las respuestas que nos brindes.

Banco de preguntas

- ¿Cuál es su nombre y cuántos años tiene?
- ¿Cuál es su ocupación actual?
- Cuéntanos un poco sobre la historia de su empresa en cuanto al manejo de residuos sólidos.
- ¿Cuáles son los principios fundamentales que guían las operaciones de tu empresa?
- ¿Cómo se aborda o abordaría el manejo de residuos sólidos en empresas, especialmente en el sector de la hostelería como cafeterías?
- ¿Qué servicios específicos ofrece o ofrecería su empresa para apoyar a negocios, como cafeterías, en la gestión sostenible de residuos?
- ¿Qué servicios específicos ofrece o ofrecería su empresa para apoyar a negocios, como cafeterías, en la gestión sostenible de residuos?
- ¿Cómo ve el papel del gobierno en la promoción de prácticas sostenibles en las empresas?
- ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan al trabajar en la reducción de residuos sólidos?
- ¿Qué soluciones ha encontrado más efectivas para abordar estos desafíos?
- Desde su perspectiva, ¿cómo las empresas están adoptando prácticas más sostenibles?
- ¿Qué consejo daría a otras empresas que buscan implementar prácticas más sostenibles?
- ¿Cuáles son las áreas en las que su empresa busca mejorar continuamente?
- ¿Cómo la tecnología ha impactado las operaciones de su empresa en términos de reducción de residuos?
- ¿Cómo ve el futuro de la gestión de residuos sólidos y las oportunidades para las empresas en este espacio?
- ¿Que cambios significativos esperaría en la industria en los próximos años?

Semana 3

Guión de entrevistas

(dueño de cafetería de especialidad)

Introducción

Hola, somos alumnos de Toulouse Lautrec, muchas gracias por aceptar esta entrevista, nos presentamos … y nuestro proyecto de investigación buscamos investigar sobre prácticas sostenibles en cafeterias de Lima Metropolitana. Agradecemos que pueda contribuir con su experiencia.

Mi nombre es “nombre aquí” y seré yo quien te haga las preguntas y mi compañer@ “nombre aquí” también nos acompañará para llevar registro de las respuestas que nos brindes.

Banco de preguntas

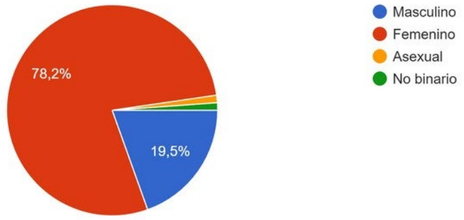


Semana 4

Descarga de encuestas

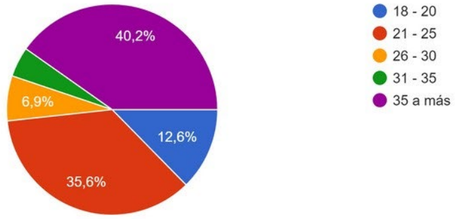
1. Selecciona tu género:

87 respuestas



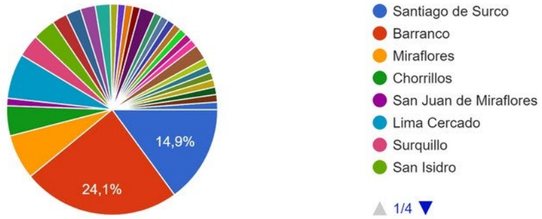
2. ¿Cuál es tu rango de edad?

87 respuestas



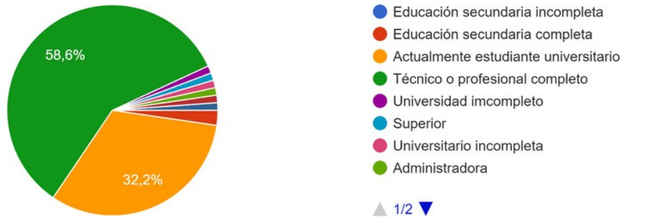
3. ¿En qué distrito de Lima Metropolitana resides?

87 respuestas



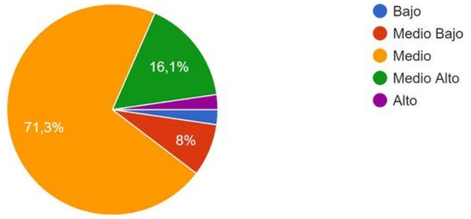
4. ¿Cuál es tu nivel de educación?

87 respuestas



5. ¿Cuál es tu nivel socioeconómico (NSE)?

87 respuestas

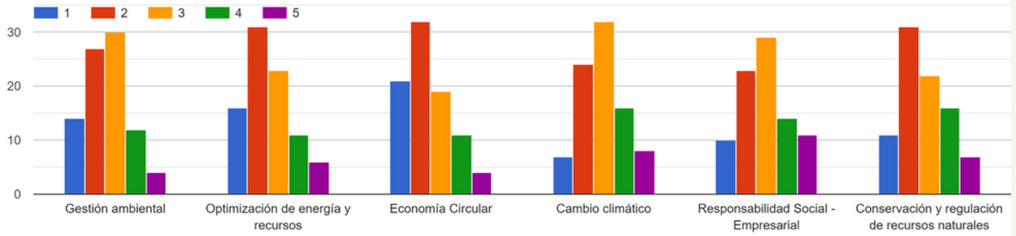


6. ¿Cuál es tu ocupación actual?

87 respuestas

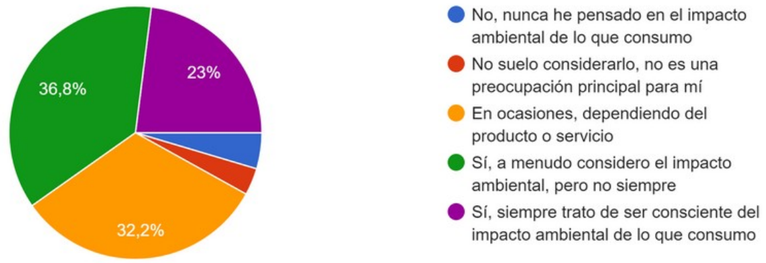


7. Selecciona: ¿Cuál es su nivel de conocimiento en los siguientes temas relacionados a la sostenibilidad?



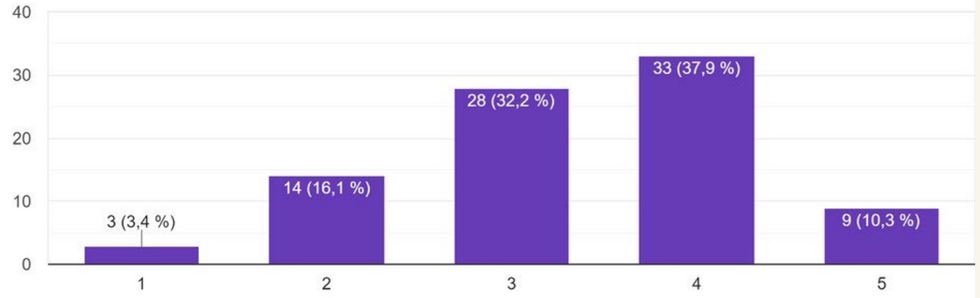
8. ¿Has considerado alguna vez el impacto ambiental de los productos o servicios que consumes?

87 respuestas



9. Del 1 al 5: ¿Qué tanto influye en tu elección de compra si un producto o servicio es sostenible?

87 respuestas



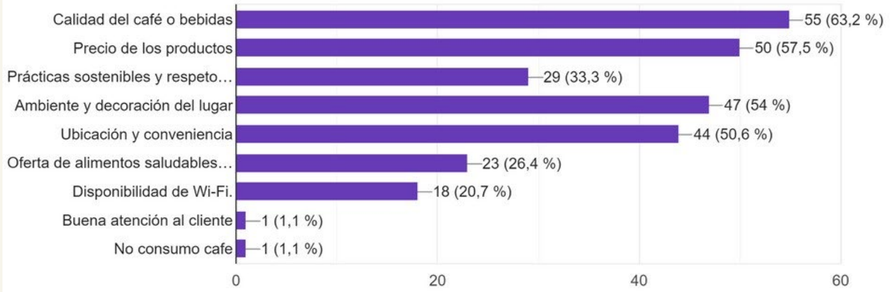
10. ¿Con qué frecuencia visitas cafeterías en Lima Metropolitana?

87 respuestas



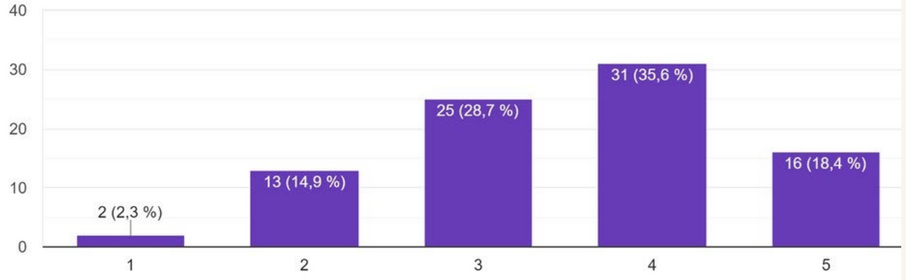
11. ¿Qué aspectos son más importantes para ti al elegir una cafetería? Puedes seleccionar múltiples opciones

87 respuestas



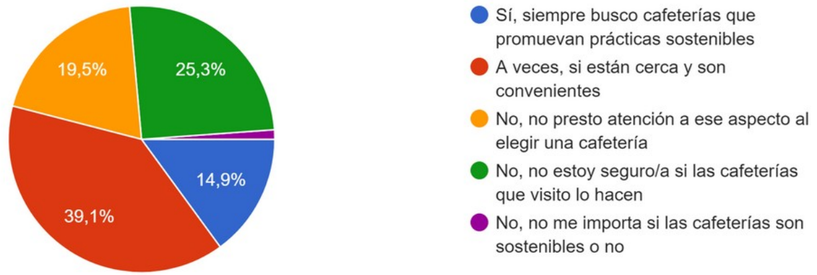
12. Del 1 al 5: ¿Qué tanto te importa saber de dónde provienen los productos que consumes en tu cafetería favorita?

87 respuestas



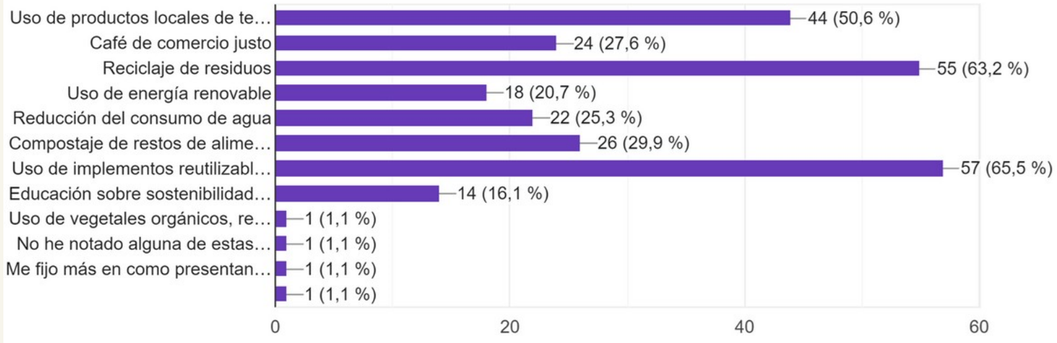
13. ¿Sueles visitar cafeterías que promuevan prácticas sostenibles?

87 respuestas



14. Por favor, selecciona las prácticas sostenibles que hayas observado o escuchado que se realizan en cafeterías. Puedes seleccionar múltiples opciones

87 respuestas



15. De la pregunta anterior, menciona la práctica sostenible que consideres más importante en una cafetería y el porque.

87 respuestas

Reciclaje de residuos

Comercio justo

Uso de implementos reutilizables o descartables biodegradables

Implementos reutilizables

Creo que el compostaje de restos de alimentos es importante , porque siempre en lugares de comida hay sobras y en vez que las tiren seria bueno que la usen para algo bueno. Teniendo tanat gente con hambre.

Educación sobre sostenibilidad para clientes porque concientiza a otras personas a ponerlo en práctica

Reciclaje, es un tema mas rápido de entender para el público en general.

El uso de objetos descartables biodegradables, me parece conveniente porque de alguna forma ayudamos, conciente o inconscientemente, a proteger nuestro medio ambiente; para mí, que corro con el tiempo, algunas veces escojo lugares o productos que contaminan, por eso, creo yo, es mejor que las marcas o empresas difundan los materiales biodegradables y sean más accesibles para todos.

El reciclaje es importante

Reducción de consumo de agua

Uso de productos locales, ayuda a comerciantes pequeños de nuestro país

los envases en los que brindan los aperitivos

Porque se evita al medio ambiente

Uso de los productos locales conviene así ya no se gasta en transporte

Uso de productos locales de temporada porque apoyo a los agricultores de la zona.

Reciclaje de residuos, ayuda mucho al cuidado de nuestro ambiente. Los residuos orgánicos servirían para compostaje y los inorganicos se podría reutilizar y darle nueva vida

Compostaje de residuos de alimentos

Vegetales y productos orgánicos seleccionados , porque buscas un lugar donde pases un momento de relax u descanso pero sin descuidar tu salud.

Reciclar y el uso de productos locales

reducción de consumo de agua

El uso de empaques biodegradables para el evitar el daño del medio ambiente

Uso de energía renovable

Ciudar el uso del agua para prevenir él escasez

Uso de descartables biodegradables:contribuye a evitar el deterioro del medio ambiente más de lo que está

Reciclaje, para protegger el medio ambiente

Uso de implementos re utilizables y descartables biodegradables

Uso de implementos reutilizables porque contaminan menos.

Uso de materiales biodegradables.menos contaminacon .

Educación sobre sostenibilidad a los clientes,para conocimiento del cuidado del medio ambiente

cuidar el medio ambiente

Educación y como tratar al cliente

Los implementos biodegradables porque suelen ser una gran cantidad los desperdicios plásticos

reciclado, para no contaminar

Uso de implementos reutilizables o descartables biodegradables. Porque esa industria es tan comercial que todas utilizan empaques que perjudican al medioambiente.

Implementos reutilizables

Reciclaje obligatorio, Importante

Café de comercio justo

El uso de descartables biodetradables ya que con ello podemos mitigar la contaminacion ya que suelen degradarse de manera segura y rapida debido a que son creados a partir de desechos de plantas

Reciclaje de productos creo que es la más importante porque es la más sencilla de llevar a cabo

Reciclaje de residuos ya que considero que el material implementado puede todavía ser renovable.

Yo diría reducción de consumo de agua

Considero que los vasos donde va la bebida debería de volver a usarse y no ser un vaso de plástico que tiran al tacho y no vuelven a usar jamás, solo sirve para un uso, y eso hace daño

El uso de productos locales, ya que es importante apoyar a las mini empresas.

Uso de implementos reutilizables o descartes biodegradables

No se de cafeterías

ambiente y calidad del café

Utilizar los elementos biodegradables considero que es la práctica más importante de todas estas, al contribuir directamente con la economía circular.

El uso de biodegradable es importante

comercio justo

Educar a los clientes ya que creo que si el público es consciente de lo que está pasando actualmente pueden recomendar la cafetería y pasar la voz sobre esta problemática

El reciclaje de residuos, porque no solo afecta a las áreas naturales, sino también a los animales callejeros que buscan comida en la basura y se encuentran con botellas rotas, se pueden cortar

Solo he visto compostaje y me parece que es importante por qué le dan otro uso a los residuos

Deberían ser sostenibles y que haya un impacto en el reciclaje para la mejora de nuestro planeta y su renovación de uso

Reciclaje y reducción

El reciclaje de residuos
Bueno para el medio ambiente

la educación

Considero que la educación sobre sostenibilidad a través de la gestión de una cafetería de este tipo causa mayor impacto ya que genera una consciencia ambiental

Compórtate de restos de alimentos.

Uso de implementos biodegradables, porque en los negocios se suele usar mucho el plástico para todo, si se reduce el uso ayudaría bastante al medio ambiente

Compostaje de restos de alimentos

El reciclaje de residuos, ya que en el rubro de la comida se pierde mucho en las sobras de la comida.

Implementos reutilizables o biodegradables porque últimamente se usa mucho plástico en los negocios y eso contamina mucho

Compostaje, por que se reutiliza los desperdicios

Reciclaje

Reciclaje del bagazo del café ,funciona como fertilizante natural.

Educación sobre sostenibilidad

Apoyo al campesinos.productos de temporada

Uso de productos locales de temporada porque es algo que por tiempo limitado refiriéndome al producto podrá estar a disponibilidad del prospecto entonces se vuelve algo valioso

Implementos reutilizables porque reduce la cantidad de contaminacion que producen

Que los productos o utensilios sean biodegradables.

Educacion sostenible para clientes

Reducción del consumo de agua

Compostaje de restos de alimentos ya que permite evitar el acumulamiento de basura y se le da un uso relevante a esos restos.

La ayuda al medio ambiente, como se preocupan en los residuos que este ocasiona

Me interesa mucho saber que los productos que usan son orgánicos porque cuido mi alimentación.

Uso de implementos... porque preservan el medio ambiente.

reciclaje

Uso de implementos reutilizables o descartables biodegradables porque de esta manera ayudamos a la conservación de nuestro planeta

El uso de empaques biodegradables para evitar el daño ambiental

Reciclaje de residuos

Uso de productos locales de temporada

Obsion 7, xq asi se cuida el medio ambiente!!

Reciclaje de residuos para no contaminar más las calles ni los mares

16. ¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por productos sostenibles en una cafetería?

87 respuestas



17. ¿Tienes alguna sugerencia o recomendación para que las cafeterías mejoren su compromiso con la sostenibilidad?

87 respuestas

No

Ninguna

no

Con una buena gestión, las cafeterías sostenibles llamarán la atención del público

En Barranco tenemos una gran variedad de cafeterías donde prevalece el café artesanal y organico, así como también el.ambiente y decoración que saltan a la vista y a eso le sumamos el.servicio que es lo más importante . El servicio debe ser una prioridad después de los productos .

Sostenibilidad en la mayoría de los aspectos, infraestructura, servicio, productos etc

Claro que sí

No

Si que promuevan el uso de implementos biodegradables

En realidad no

Calidad de productos con precios razonables.

Reciclar y tener más prácticas ambientales

Organización con el entorno

Que si no es un cafetería tipo autoservicio como starbucks, pregunten antes de entregar sorbete.

Instruirse

Creo que ahora es importante para los consumidores las prácticas de sostenibilidad, es un elemento de valor.

Buena atención, productos de temporada que sean de calidad y frescos.

Tal vez colocar un cartel donde indiquen que están comprometidos con la sostenibilidad para que el público lo sepa y se interesen en informarse de que trata

.

Usarlo como una ventaja competitiva y saber promocionarlo

Educación sobre reciclaje e información de donde vienen sus productos.

Mi recomendación sería ofrecer y promocionar lo que quiere el cliente y no lo que se supone del deseo del mismo

Divulgar este tipo de información a los negocios

Nop

Que el lo posible mantengan o incluyan el uso medio y exacto de materiales reciclables así de aprende a cuidar y utilizar lo necesario.

Informar al cliente que hacen con los productos de desecho

Capacitación y difusión al público

No utilizar plásticos y hacer reciclaje de plásticos y vidrios

Que le hagan encuestas a sus mismos clientes y se den cuenta que la mejor opción es la sostenibilidad.

Asegurar que café y otros productos provengan de zonas no deforestadas

reducir prácticas que contaminen el ambiente

apoyo a productores organicos

No lo tengo

Siempre deberian promover el reciclaje no solo de los envases que ofrecen sino de otros productos como plastico, vidrios o pilas ya que ello apoyaria a mejorar el entorno y con ello el desarrollo sostenible

Promover por medio de ofertas la sostenibilidad

Reciclaje de productos y evitar utilizar plásticos en los enpaques

Que fomenten los buenos hábitos y prácticas sostenible en cada lugar que visite

Limpieza y calidad de productos locals!

Qué Tomen en consideración los productos locales que podrían beneficiarse en el costo y a impulsar la producción nacional

No todo es dinero

Evitar el uso de materiales que deterioran el medio ambiente

uso de mejores empaques

Que reciclen, que quizá usen elementos no desechables y si lo son que sean biodegradables. Que quizá realicen un descuento por consumir en el local o con implementos como tazas, etc.

Qué no usen tantos descartables, por más que sean ecoamigables

Que mejoren los precios

Hacer conocer a los clientes sus prácticas ecológicas, para crear conciencia.

no solo considerar los envases en lo que brindan la comida, sino también el ambiente como por ejemplo utilizando luz led para ahorro de energía, sofás o sillas ecológicas

Tener en cuenta la cantidad y control de desperdicios

Si los postres, los detalles la imagen que transmite a su audiencia 10/10

Practiquen en todas las zonas

Seria bueno , ya que hay muchas cafeterias en Lima, que estas se junten y tengan acuerdos sobre el tema de contaminación, sino se volverá un sector contaminante más.

Seguir usando productos reciclables.

Creo que deberían haber más talleres de concientización a las diferentes empresas o microemprendimientos de este estilo.

Difusion de productos sostenibles

Podría ser que incentiven a los clientes a reciclar, por ejemplo se colocaría una sección donde el cliente que tenga a la mano una botella de plástico u otros objetos desechables lo coloquen en un pequeño contenedor y reciban puntos (5-10 pts) y cuando logre alcanzar el máximo puntaje reciba una bebida con ingredientes naturales, dando la ilusión de recompensa al cliente por haber cuidado el medio ambiente al reciclar y no botar sus desechos en el suelo.

Atención al cliente.

Promover el uso de recipientes reutilizables y difundir las acciones realizadas en pro de la sostenibilidad a los clientes para que estos puedan apoyar y optar por dichas opciones.

ne

Tomar iniciativa por sus clientes

Pienso que así como se pide permiso para abrir una cafetería, se debería pedir certificados de cursos de sostenibilidad, actualización constante, tanto para el dueño como para los trabajadores.

Que no hagan greenwashing, sino que sean practicas que provengan de una genuina preocupación e interes de conservar el medio ambiente y ser ético con sus aliados (familias cafeteras).

Educar al personal de trabajo y cambiar sus productos y ambientación si hiciera falta.

Un servicio de refill para gente que lleve sis envases, como tomatodos o tasas

Que exista un compromiso real y verdadero con las prácticas sostenibles

La mayoria o todas las cafeterias deberían de practicar la sostenibilidad en sus productos como en su decoración.

Que hagan de conocimiento público cuando implementen estás mejoras ya que así más lugares se sumen.

Que usen productos frescos y no congelados

Inviertan más en la empresa, en todo sentido, no solo en la sostenibilidad

La participación ciudadana para reducir, reutilizar y reciclar.

Implementar politicas de cuidados al medio ambiente tanto en sus productos como en sus locales

Respeto de normas de servicio y reciclaje

Que los precios no sean tan elevados en comparación a una cafetería convencional.

Reciclar basura y usar empaques de cartón, no usar plásticos

Buena calidad en producto indispensable

Evitar los productos y cosas que salen el ambiente .

Que tenga más empatía con el cliente

que lo cumplan

Hacer más comunicación con sus públicos sobre el compromiso que tienen en sostenibilidad

Sí, que entreguen información escrita para siempre recordarlo.

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Nagib Mubarak

Ocupación: ingeniero industrial y comercial
Edad: 28 años
Fecha: 09/09/2023

Entrevistador: Braian Reyna

El único obstáculo que he tenido es que la bebida sale tan caliente, los vasos térmicos no soportan mucho calor. Entonces se le pone un jacket, un cobertor que también es es cartón, biodegradable o reciclable

Más del 80% de mi competencia usa prácticas sostenibles. Actualmente hay un decreto supremo respecto al tecnopor y también respecto al plástico, pero de hecho hay cafeterías que que su enfoque no es tanto de de sostenibilidad

Hay gente que no le importa la sostenibilidad, solo quieren café y chau

La gente se asombra cuando les digo que el café puede usarse como composta

utilizar prácticas sostenibles es luchadora por que tienes que conseguir buenos proveedores y no hay certificados

Mi café es 100% natural, todo el menaje es biodegradable y el concho que queda del café lo usamos como abono

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Eddy Ramos

Ocupación: Reportero Gráfico

Edad: 49 años

Fecha: 09/09/2023

Entrevistador: Braian Reyna

He fundado un proyecto y para sostenerlo ofrezco productos como el café

El café siempre está relacionado a los sueños a la lectura, y lo que buscamos es este que la gente consuma café, pero además que la gente converse y lea

A la fecha mi café no usa químicos

Nosotros recolectamos las chapitas y ahora estamos creando una editorial cartonera

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Soley Pinedo

Ocupación: ingeniero alimentario y encargada de Cordillera 27 café

Edad: 34 años

Fecha: 13/09/2023

Entrevistador: Lucia Ramírez

Con nuestro café queremos que la gente vea las cordilleras y entienda sobre la contaminación y el deshielo de los glaciares

Intentamos no usar plástico en lo absoluto, los residuos orgánicos van directo a la municipalidad de PL para composta

Queremos darle un segundo uso a las borras de café

Intentamos hacer una campaña desde Lima para concientizar a las personas sobre el calentamiento global

Queremos que la mayoría de las cosas que se produzcan acá tengan un segundo uso o vayan a reciclaje no queremos que vaya a la basura

Hemos hecho talleres para que la gente aprenda a tomar café y deje el café comercial

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Diana Lozano

Ocupación: dueña de una cafetería Missi Café

Edad: 28 años

Fecha: 12/09/2023

Entrevistador: Lucia Ramírez

En la cafetería utilizamos envases que sean reciclables, no plasticos. Entregamos el producto en bolsas de papel

Nuestros clientes nos piden bolsas de papel. no plastico

Los clientes son los que exigen el cambio cuando te quieren ofrecer un cubierto de plastico te dicen q no no desean ese cubierto

Aún no hemos alcanzado el punto de que nuestros productos sean sostenibles por una cuestión económica

A mi me gusta mucho lo que eran los postres y poco a poco si me di cuenta que si emm había mucha, muchas cafeterías que no tenían, que no me gustaba el sabor de los postres, entonces empecé a buscar recetas, me meti a cursos y asi descubri que me gustaba mucho entonces yo dije, las personas tiene que que comer algo de calidad, no conformarse con ciertos postres que encuentran al paso, asi.

Hablando de la parte económica, pierdas un cliente porque le decepciono que usaras algo de plástico.

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Jessica Tello

Ocupación: profesora de educación inicial y dueña de una cafetería Café Finca Grande
Edad: 34 años
Fecha: 11/09/2023

Entrevistador: Lucia Ramírez

En la cafetería usamos vasos de papel, no usamos plásticos ni las bolsas para entregar al cliente

Nosotros no utilizamos ningún químico que dañe el medio ambiente

Mi hermana la mayor , radica en Canadá y ve mucho el orden y mucho cuidado con el medio ambiente y eso nos inculca ella a nosotros , nos está enseñando

Los residuos del café lo utilizamos como abono para las plantas y para el jardín

El sabor del orgánico, se nota en la fruta en cambio el comercial es amargo.

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Juliana de la Cruz

Ocupación: Ingeniera de sistemas

Edad: 28 años

Fecha: 6 de octubre

Entrevistador: Braian Reyna

Actualmente en este año 2023 en enero hemos incluido los sorbetes comestibles

El tema de usar sorbetes biodegradables es por mi propia cuenta, por que soy consciente del medio ambiente y los clientes se asombran

No uso métodos de reciclaje

No hay buenas restaurantes sin que te puedan ofrecer ingredientes y calidad ni que tenga esa acogida y confianza para salir en familia, porque la mayoría solo consume cafè tradicional, pero en este caso decidí fusionar mi local como si fuera argentina.

Mi competencia no utiliza prácticas sostenibles, ni los empaques

El principal obstáculo que tengo es que no tengo un buen proveedor de insumos biodegradables

Yo solo reciclo botellas

Semana 4

Recopilación de las entrevistas

Jesús Uceda

Ocupación: Jefe de proyecto en Praxis Ecology

Edad: 30 años

Fecha: 04/10/2023

Entrevistador: Xiomara Salas

Los residuos orgánicos lo que pueda hacer es compostarlo entonces cómo sería la degradación aerobica donde a través de microorganismos se va degradando el recibo hasta volverse abono

La educación es fundamental creo no sé si en la malla habría que revisar la malla de los colegios si es que hay un tema de sensibilización ambiental este yo creo qué es eso para empezar para atacar el tema cultural

En el tema de la ejecución es donde ahí la mayoría de cosas falla porque bueno es un tema también cultural que no tenemos digamos una sensibilidad para el tema de desheredación en sus casas, siendo yo de ambiental tampoco es que segregue por ahí separó un poco el plástico, yo siendo ambiental no lo hago al 100% ya imagínate los demás. Entonces es ahí donde falla es un tema social, cultural que no tenemos esa cultura de reciclar

La economía circular lo que es fundamental que es el concepto de tratar de minimizar la disposición en el relleno sanitario normalmente me refiero a los residuos tirarlos inadecuadamente y digo inadecuadamente por tirarlo a la calle

Más residuos de comida sobre todo orgánico ahora eso se recicla muy poco me parece bueno según las últimas cifras El Perú solo llega al 2% de la valorización del total es decir solo el 2% entre 2 a 5% se recicla del total

Semana 4

Recopilar: organizaCión de datos

Dar a conocer la sostenibilidad	Hacer más comunicación con sus públicos sobre el compromiso que tienen en sostenibilidad	Considero que la educación sobre sostenibilidad a través de la gestión de una cafetería de este tipo causa mayor impacto ya que genera una conciencia ambiental	Promover por medio de ofertas la sostenibilidad			
Uso de envases reutilizables	los envases en los que brindan los aperitivos	Que si no es un cafetería tipo autoservicio como starbucks, pregunten antes de entregar sorvete.	Solo reciclo botellas	En la cafetería utilizamos envases que sean reciclables,no plasticos. Entregamos el producto en bolsas de papel		
Opiniones para convertir tu cafetería en una sostenible	Los residuos del café lo utilizamos como abono para las plantas y para el jardín	Mi café es 100% natural, todo el menaje es biodegradable y el concho que queda del café lo usamos como abono	Nosotros no utilizamos ningún químico que dañe el medio ambiente	Tener en cuenta la cantidad y control de desperdicios	Instruirse	
Cosas que se pueden hacer con el cafe	Queremos darle un segundo uso a las borras de café	he fundado un proyecto y para sostenerlo ofrezco productos como el café	el sabor del orgánico, se nota en la fruta en cambio el comercial es amargo.	Queremos darle un segundo uso a las borras de café	utilizar prácticas sostenibles es luchadora por qué tienes que conseguir buenos proveedores y no hay certificados	Aún no hemos alcanzado el punto de que nuestros productos sean sostenibles por una cuestión económica

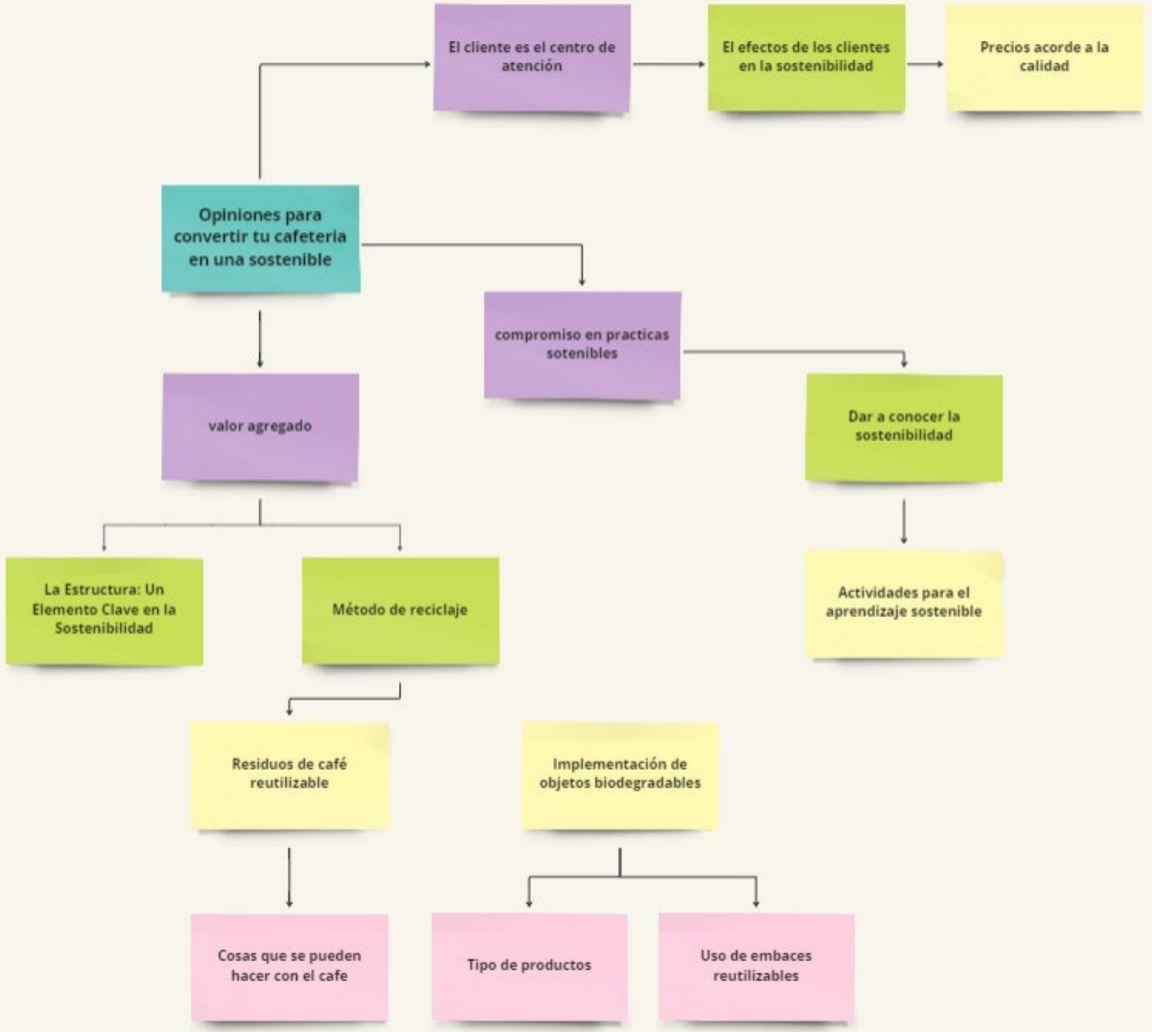
Semana 4

Recopilar: organizaCión de datos

La Estructura: Un Elemento Clave en la Sostenibilidad	En Barranco tenemos una gran variedad de cafeterías donde prevalece el café artesanal y orgánico, así como también el ambiente y decoración que saltan a la vista	Sostenibilidad en la mayoría de los aspectos, infraestructura, servicio, productos etc	La mayoría o todas las cafeterías deberían de practicar la sostenibilidad en sus productos como en su decoración			
Residuos de café reutilizable	La gente se asombra cuando les digo que el café puede usarse como composta	Compostaje de restos de alimentos ya que permite evitar el acumulamiento de basura y se le da un uso relevante a esos restos.	Compostaje, por que se reutiliza los desperdicios	Creo que el compostaje de restos de alimentos es importante , porque siempre en lugares de comida hay sobras y en vez que las tiren seria bueno que la usan para algo bueno. Teniendo tanta gente con hambre.		
El efectos de los clientes en la sostenibilidad	Hay gente que no le importa la sostenibilidad, solo quieren café y chau	Con nuestro café queremos que la gente vea las cordilleras y entienda sobre la contaminación y el deshielo de los glaciares	Hablando de la parte económica, pierdas un cliente porque le decepcionó que usar algo de plástico	Reducir prácticas que contaminen el ambiente	El tema de usar sorbetes biodegradables es por mi propia cuenta, por que soy consciente del medio ambiente y los clientes se asombran	los clientes son los que exigen el cambio cuando te quieren ofrecer un cubierto de plástico te dicen q no no desean ese cubierto
valor agregado	Un servicio de refill para gente que lleve sus envases, como tomatodos o tasas	Que quizá realicen un descuento por consumir en el local o con implementos como tazas, etc.	Con una buena gestión, las cafeterías sostenible llamarán la atención del público.	El único obstáculo que he tenido es que la bebida sale tan caliente, los vasos térmicos no soportan mucho calor. Entonces se le pone un jacket, un cobertor que también es es cartón, biodegradable o reciclable	hemos hecho talleres para que la gente aprenda a tomar café y deje el café comercial	No hay buenas restaurantes sin que te puedan ofrecer ingredientes y calidad ni que tenga esa acogida y confianza para salir en familia, porque la mayoría solo consume cafè tradicional, pero en este caso decidí fusionar mi local como su fuera argentina.

Semana 4

Mapa mental



Con los datos dados, nos dimos cuenta de muchos hallazgos, como que los dueños buscan muchas manera de ser sostenibles pero sin el presupuesto y los contactos el proceso es más complicado. También en cuanto a clientes, vimos que muchos daban la idea de que la misma cafetería diera cursos o enseñe sobre sostenibilidad.

Semana 4

Insights

Dueñas de cafeterías sostenibles

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Tengo mi cafetería hace poco tiempo. Uso productos reciclables y biodegradables , en un futuro me gustaria ser 100% sostenible.	Sin embargo, encontrar ayuda para llevar acabo estas prácticas puede ser complicado si no has investigado previamente. Además, el factor económico también desempeña un papel importante.	Esto se debe a que el reciclaje no es una prioridad para la mayoría de las personas y también a la escasa disponibilidad de empresas que se pueden investigar, en gran parte debido a la falta de incentivos gubernamentales.	Cuando llega un cliente interesado en la sostenibilidad, me alegra y me motiva a ser más sostenible, ya que podría perderlo si no me adapto.	Ojalá hubiera una mayor accesibilidad a otras empresas que puedan ayudar en la implementación de prácticas sostenibles, sin que esto resulte tan costoso.
INSIGHT	Como propietario de una cafetería que aspira a ser completamente sostenible, me enfrento a desafíos significativos. La falta de recursos y la escasa disponibilidad de empresas sostenibles son obstáculos que dificultan este camino. Sin embargo, la llegada de clientes comprometidos con la sostenibilidad me motiva a seguir. Pero desearía que hubiera más opciones accesibles para implementar prácticas sostenibles sin que esto implique un alto costo.			

Personas que van a cafeterías

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Suelo visitar cafeterías a veces mayormente si se encuentran cerca o son recomendadas por amistades pero en ocasiones no me fijo si las cafeterías realizan algún tipo de práctica sostenible.	Ya que no lo veo como una prioridad, solo asisto a las cafeterías por los precios de los productos, ubicación o por su ambiente y decoración del lugar.	Porque no tengo mucho conocimiento acerca de la sostenibilidad.	Me gusta disfrutar de la calidad del café y me interesa aprender más sobre la sostenibilidad.	Quisiera que se educara a los clientes ya que creo que si el público es consciente de lo que está pasando actualmente pueden recomendar la cafetería y pasar la voz sobre esta problemática.
INSIGHT	Como consumidor que visita cafeterías tengo una disposición a comprometerme con prácticas sostenibles, pero mi elección de cafeterías sostenibles está limitada por la falta de opciones disponibles. A menudo, opto por cafeterías cercanas o recomendadas sin necesariamente considerar si implementan prácticas sostenibles. Sin embargo estoy dispuesto a pagar un poco más por productos sostenibles.			

Semana 4

Insights

Apasionado del café con cafetería

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Tengo ascendencia árabe y tengo una cafetería de especialidad donde ofrezco no solo café árabe, sino también otros productos como té árabe, pasteles, bocaditos, etc. Quiero implementar prácticas sostenibles en mi cafetería en mayor proporción.	Sin embargo, es un poco complicado encontrar empresas o socios que puedan servirme como apoyo para trabajar esas prácticas sostenibles con ellos.	Porque muchas veces estos socios no cuentan con certificaciones acorde a las leyes de control y sanidad.	Me gusta compartir la pasión por el café y la cultura árabe en mi cafetería, creo que ofrezco una experiencia particular que se practica al otro lado del mundo.	Ojala hubiera mayor regulación y control del estado, así como más interés en las prácticas sostenibles. Esto generaría un mercado más para el sector alimentos.
INSIGHT	Como propietario de una cafetería y apasionado del café, me interesa bastante seguir con esta experiencia y compartirla con los demás. La falta de interés y colaboración dificulta la implementación de prácticas sostenibles para las cafeterías.			

Dueña de cafetería no sostenible

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Tengo mi cafetería con temática argentina desde hace 2 años, vendo café pizza y dulces.	Pero no es eco amigable a pesar de ser conciente sobre las practicas sostenibles, no las aplico.	Por qué mi cafetería recién tiene 2 años y no tengo mucho capital, además la pandemia hizo que los precios se eleven.	Es consiente de la contaminación y tiene información sobre el calentamiento global	Qusiera tener empaques biodegradables, proveedores con productos biodegradables, planes de reciclaje e información sobre prácticas sostenibles.
INSIGHT	Como propietaria de una cafetería me interesa que sea sostenible y aplicar practicas eco amigables, sin embargo por falta de recursos y proveedores aún no lo he logrado			

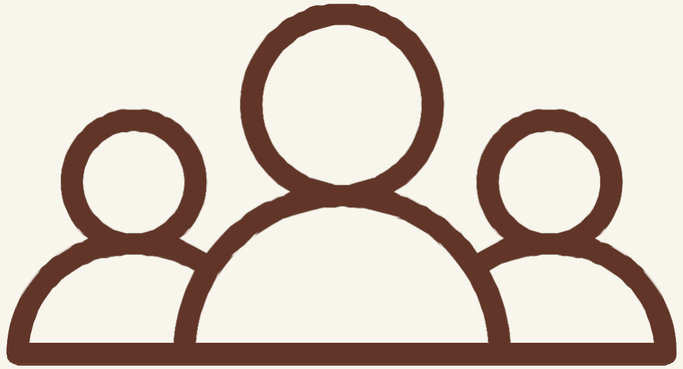
Semana 4

Insights

Jefe de residuos sólidos

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
La importancia de la segregación de los residuos solidos y la falta de la concientización en las personas.	No se ve un aporte constante para mejoras en cuanto la clasificación de residuos sólidos.	Las personas no tienen un hábito de segregación en sus casas para separar los residuos y así tampoco respetando los tachos de residuos orgánicos que se encuntran en los malls.	Que tal ves con el tiempo se disminuya la contaminación y agarre más fuerza todo el tema de los residuos sólidos, que verdaderamente se muestre un cambio continuo en la sociedad.	Ojala hubiera un mayor alcance para las empresas de residuos sólidos tanto del gobierno como de las empresas a las que brindamos el servicio y el aporte de los cuidadanos con el tema de la concientización.
INSIGHT	Adoptar mejoras de hábitos en cuanto a la separación de los residuos sólidos u orgánicos para así formar poco a poco una concientización de las personas con el medio ambiente, y que también las grandes, medianas o pequeñas empresas le tomen el verdadero valor que merece.			

Semana 5



ARQUETIPOS

Camila Medina



Dueña comprometida de una cafetería sostenible

Edad: 35 años.

NSE: medio

¿Qué dice o que piensa?

- " Las personas están empezando a preocuparse por reciclar y nos exigen usar productos biodegradables o hasta traen su propia bolsa para llevar sus pedidos"
- "No hay muchas empresas de reciclaje que nos puedan ayudar a ser más sostenibles. Tienes que investigarlas tu."
- " Cuando tenga más dinero implementare más cosas para ser sostenible.

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Ejerció una carrera totalmente ajena al mundo de las cafeterías, solo para convertirse en dueña de una.
- Para poder ser sustentable, busca productos que podría implementar desde su presupuesto.
- Investiga sobre empresas de reciclaje, ya sea de su distrito o independientes.
- Cree que las personas deberían ser más juiciosos al tomar café, asi entenderan porque algunas cafeterías de especialidad son caras.
- Es consciente de que el cliente es la prioridad.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- La falta de recursos económicos puede dificultar la inversión en prácticas y productos sostenibles.
- La limitada oferta de empresas sostenibles hacen difícil encontrar opciones viables para su cafetería.
- Necesidad de Educación del Cliente

¿Qué necesita?

- Información sobre cómo ser más sostenible.
- Apoyo del estado para que el tema de la sostenibilidad sea más relevante.
- Empresas que estén comprometidas con el reciclaje o recogimiento de productos orgánicos.
- Desearía que hubiera más opciones accesibles para implementar prácticas sostenibles sin que esto implique un alto costo.

Steven Lainme



Cliente conciente

Edad: 22 años

NSE: Medio

¿Qué dice o que piensa?

- "Mayormente suele visitar cafeterías cercanas o recomendadas."
- "No se fija si la cafetería realizan alguna práctica sostenible."
- "Más le importa la calidad del café o el ambiente de la cafetería."

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Involucrarse más con en el tema de la sostenibilidad.
- Prestará más atención a las cafeterías que acude si tienen algún apoyo o si cumplen con un método de
- sostenibilidad.
- Ya no solo se percatara la calidad de un café.
- Piensa que los jóvenes universitarios no solo deberían a recurrir a cafeterías de "nombre" si no a ver más allá y explorar con cafeterías que estén comprometidas a la sostenibilidad o lo orgánico.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- Ver que por la falta de ayuda o implementación solo las cafeterías recurren a los implementos reutilizables.
- Que los dueños de cafeterías no cuenten con un apoyo de las municipalidades o algún tipo de empresas que los motiven a tener métodos sostenibles.
- No solo quiere calidad de un café también el compromiso con la sostenibilidad.

¿Qué necesita?

- Más cafeterías comprometidas en la sostenibilidad.
- Dispuestos a pagar por productos sostenibles.
- Compartir sus experiencias en redes sociales para que más personas puedan dar apoyo a las cafeterías que practican la sostenibilidad.

Rolando Salvatierra



Apasionado del café que tiene una cafetería de especialidad.

Edad: 28 años

NSE: Alto

Comportamiento

¿Qué dice o que piensa?

- Vida ligada al café desde temprana edad.
- Fiel a la cultura de sus padres.
- Conoce y practica la economía circular.

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Intenta ser parte del cambio.
- Intenta utilizar la economía circular en su cafetería.
- Ascendencia árabe (Padre).
- Es una persona tradicional con respecto a las creencias y comportamientos de sus padres.
- Combina la sostenibilidad con su herencia y mantiene tradiciones familiares en su cafetería única, con un enfoque en la sostenibilidad y elementos culturales.
- Valora y respeta el cafe.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- No tener empresas certificadas que funcionen como socio con las cuales trabajar.

¿Qué necesita?

- Busca socios certificados.
- Innovar en su negocio.
- Informar y capacitar a las generaciones pasadas sobre el problema actual.
- Implementar la sostenibilidad.
- Mostrar parte de la cultura relacionada a la preparación del café y otras bebidas arabes.

Jesús Uceda



Gestor de residuos desesperanzado

Edad: 30 años.

NSE: Medio

¿Qué dice o que piensa?

- "Hay mucho por hacer, oportunidades que se desperdician en realidad por no saber realizar una buena segregació."
- "Tiran incorrectamente partes de residuos a las calles."

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- No le dan el mismo apoyo que les brindan a las grandes empresas y dejan de lado a medias o pequeñas empresas.
- El aprovechamiento de los informales que dan ese mismo servicio a un precio más bajo.
- Que no hay sensibilización en cuanto el cuidado para el medio ambiente.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- No le dan la importancia que merece a los residuos.
- Falta de concientización en los ciudadanos.
- Compromiso de las pequeñas, medias y grandes empresas en cuanto el cuidado o separación de los residuos sólidos.
- Que prefieran contratar a informarles por precios bajos.

¿Qué necesita?

- Un apoyo consciente por parte del gobierno.
- Más concienciación por parte de los ciudadanos.
- Sensibilización para difundir técnicas de segregados orgánicos para así poder brindar un mejor servicio.

Julia de la Cruz



Dueña de una cafetería sin prácticas sostenibles

Ingeniera de Sistemas y ejecutiva de servicios

Edad: 28 años.

NSE: B

¿Qué dice o que piensa?

- Mi cafetería tiene buen trato al cliente
- Quiero que sea familiar
- Quisiera que mi cafetería sea eco amigable pero no tengo capital
- La municipalidad debería preocuparse por los residuos

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Soy consciente del cambio climático
- Reciclo solo las botellas
- Con lo poco que he podido, he puesto cañitas comestibles

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- El principal obstáculo que tengo es que no tengo un buen proveedor de insumos biodegradables

¿Qué necesita?

- Empaques biodegradables
- Proveedores con productos biodegradables
- Planes de reciclaje e información sobre prácticas sostenibles.

Semana 6

Reto de Diseño

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
dueña comprometida	le duele/necesita	La falta de recursos económicos y la escasa presencia de empresas sostenibles dificultan la búsqueda de opciones viables para su cafetería.	por que	anhela tener una cafetería 100% sostenible, ya que siente que es lo moralmente correcto y es su contribución al planeta.

Dueña comprometida

¿Cómo podríamos

facilitar la busqueda de opciones sostenibles viables

acción o intención

dueña comprometida

arquetipo

tener una cafetería completamente sostenible que refleje su visión y su compromiso con el medio ambiente.

efecto deseado

Semana 6

Reto de Diseño

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
Apasionado del café con una cafetería de especialidad.	le duele/necesita	Socios sostenibles certificados.	por que	Quiero obtener certificaciones que ayuden a mejorar la reputación de mi marca

Apasionado del café con una cafetería de especialidad.

¿Cómo podríamos

Obtener socios estratégicos que cumplan con las necesidades y requisitos de mi empresa

acción o intención

Apasionado del café con una cafetería de especialidad.

arquetipo

Implementar prácticas sostenibles en mayor proporción, con la ayuda de socios que manejen certificaciones adecuadas para la práctica correspondiente.

efecto deseado

Semana 6

Reto de Diseño

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
Cliente conciente	le duele/necesita	un lugar donde pueda disfrutar de un buen café y le enseñen más sobre la sostenibilidad	por que	no tiene mucho conocimiento sobre esta(sostenibilidad)

Cliente conciente

¿Cómo podríamos

brindar un espacio donde se disfrute del café y se aprenda de sostenibilidad

acción o intención

observar si las cafeterías demuestran alguna práctica sostenible

Cliente conciente

arquetipo

ampliar en sus conocimientos sobre el tema

efecto deseado

Semana 6

Reto de Diseño

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
Dueña indiferente	le duele/necesita	La cafetería no tiene prácticas sostenibles	por que	Su cafetería es nueva y el dinero está destinado a otros productos

Dueña indiferente

¿Cómo podríamos

implementar prácticas sostenibles de manera económica

acción o intención

dueña indiferente

arquetipo

tener su cafetería ecoamigable sin mucho capital

efecto deseado

Semana 6

Reto de Diseño

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
Gestor de residuos desperanzado	le duele/necesita	que las empresas no le den la importancia que merece a la clasificación de los residuos.	por que	ve una falta de concientización de las pequeñas, medias y grandes empresas en cuanto el cuidado o separación de los residuos sólidos.

Gestor de residuos desesperanzado

¿Cómo podríamos

mejorar en técnicas sobre una correcta separación de residuos sólidos.

acción o intención

Jefe de gestión de residuos sólidos

arquetipo

Que pequeñas, medianas o grandes empresas realmente tomen la importancia y la sensibilización de los residuos y así poder generar un impacto a en la sociedad.

efecto deseado

Semana 6

Reto de diseño que engloba todas las necesidades

Arquetipo 1

¿Cómo podriamos facilitar la búsqueda de opciones sostenibles viables para que la dueña comprometida pueda tener una cafetería completamente sostenible que refleje su visión y su compromiso con el medio ambiente?

Arquetipo 2

¿Cómo podriamos obtener socios estratégicos que cumplan con las necesidades y requisitos de la empresa para que el apasionado del café con una cafetería de especialidad pueda implementar prácticas sostenibles en mayor proporción ?

Arquetipo 3

¿Cómo podriamos implementar prácticas sostenibles de manera económica para la dueña indiferente pueda tener su cafetería ecoamigable sin mucho capital?

Arquetipo 4

¿Cómo podríamos mejorar la clasificación de residuos sólidos para que el Gestor de residuos desperanzado se sienta feliz que las empresas realmente se preocupan por la gestión de residuos sólidos ?

Arquetipo 5

¿Cómo podriamos brindar un espacio donde se disfrute del café y se aprenda de sostenibilidad para que el cliente conciente pueda ampliar sus conocimientos sobre el tema?

¿Cómo podríamos simplificar la búsqueda de socios estratégicos para mejorar la gestión de residuos en las cafeterías y, al mismo tiempo, proporcionar recursos, guías y programas de financiamiento accesibles para que adopten prácticas sostenibles a bajo costo en sus negocios?

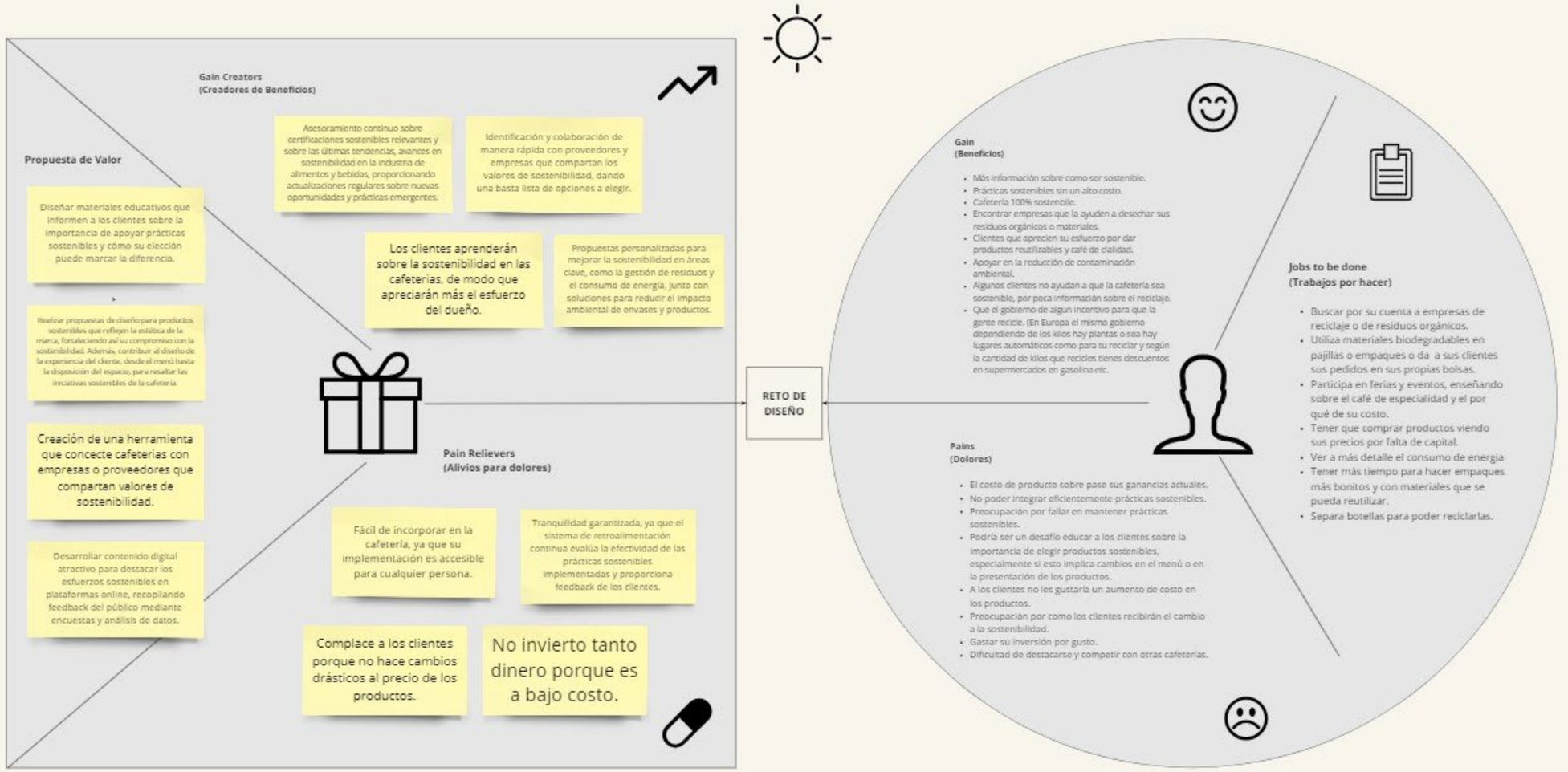
METODOLOGÍA TLS THINKING

Idear

Semana 7

Lienzo de Propuesta de Valor

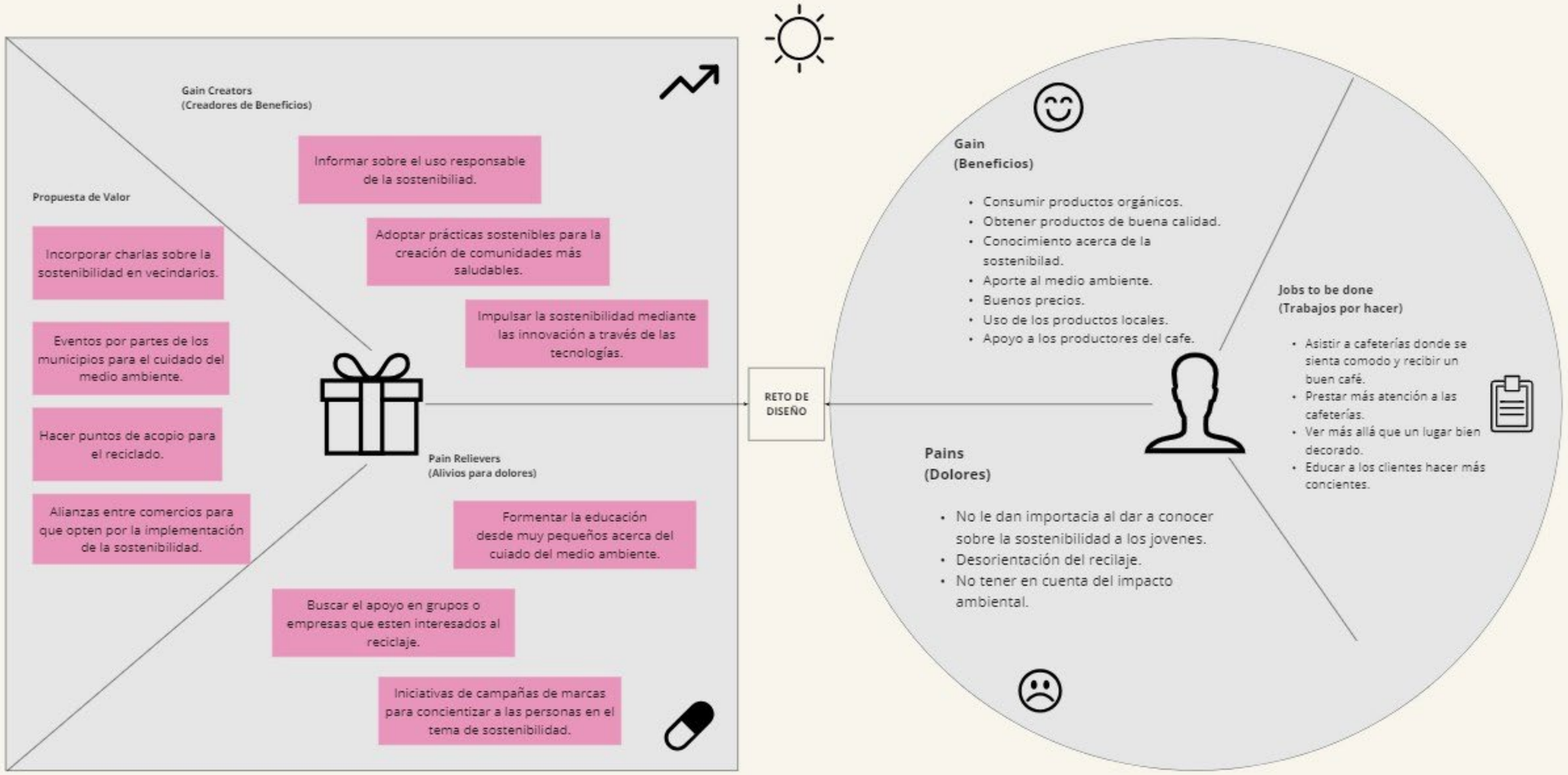
Dueña comprometida



Semana 7

Lienzo de Propuesta de Valor

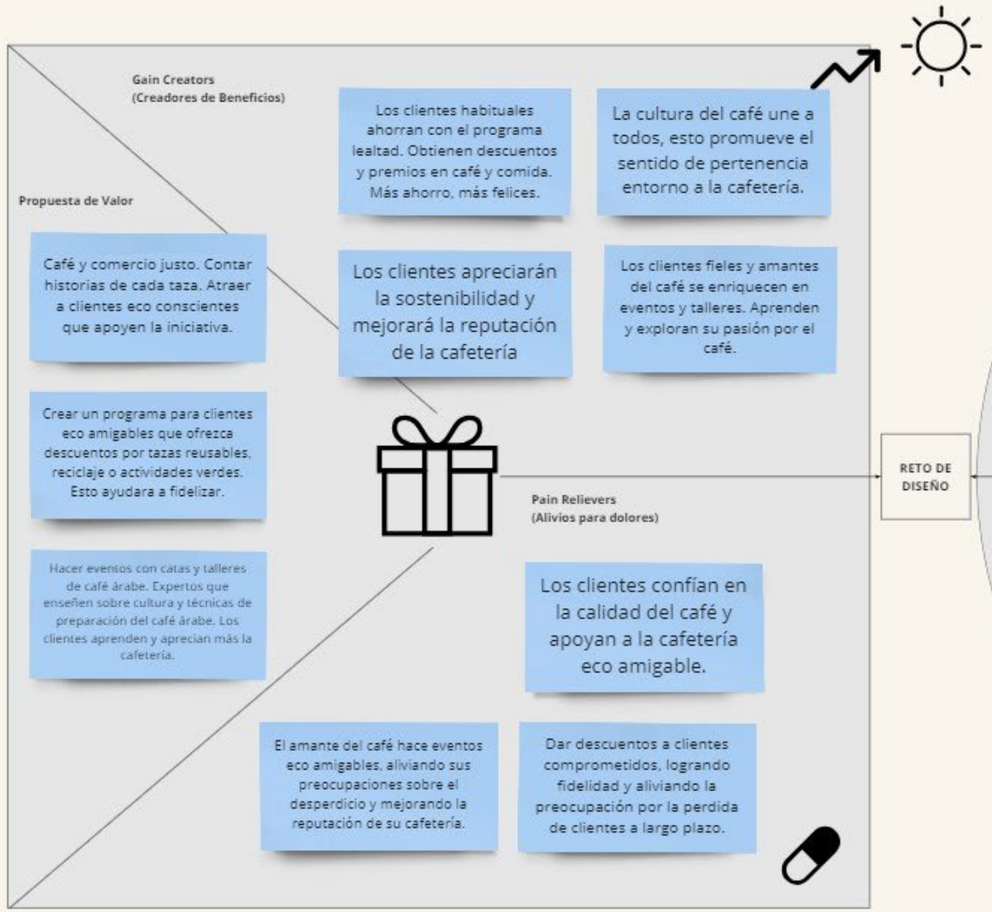
Cliente conciente



Semana 7

Lienzo de Propuesta de Valor

Apasionado del café que tiene su cafetería de especialidad



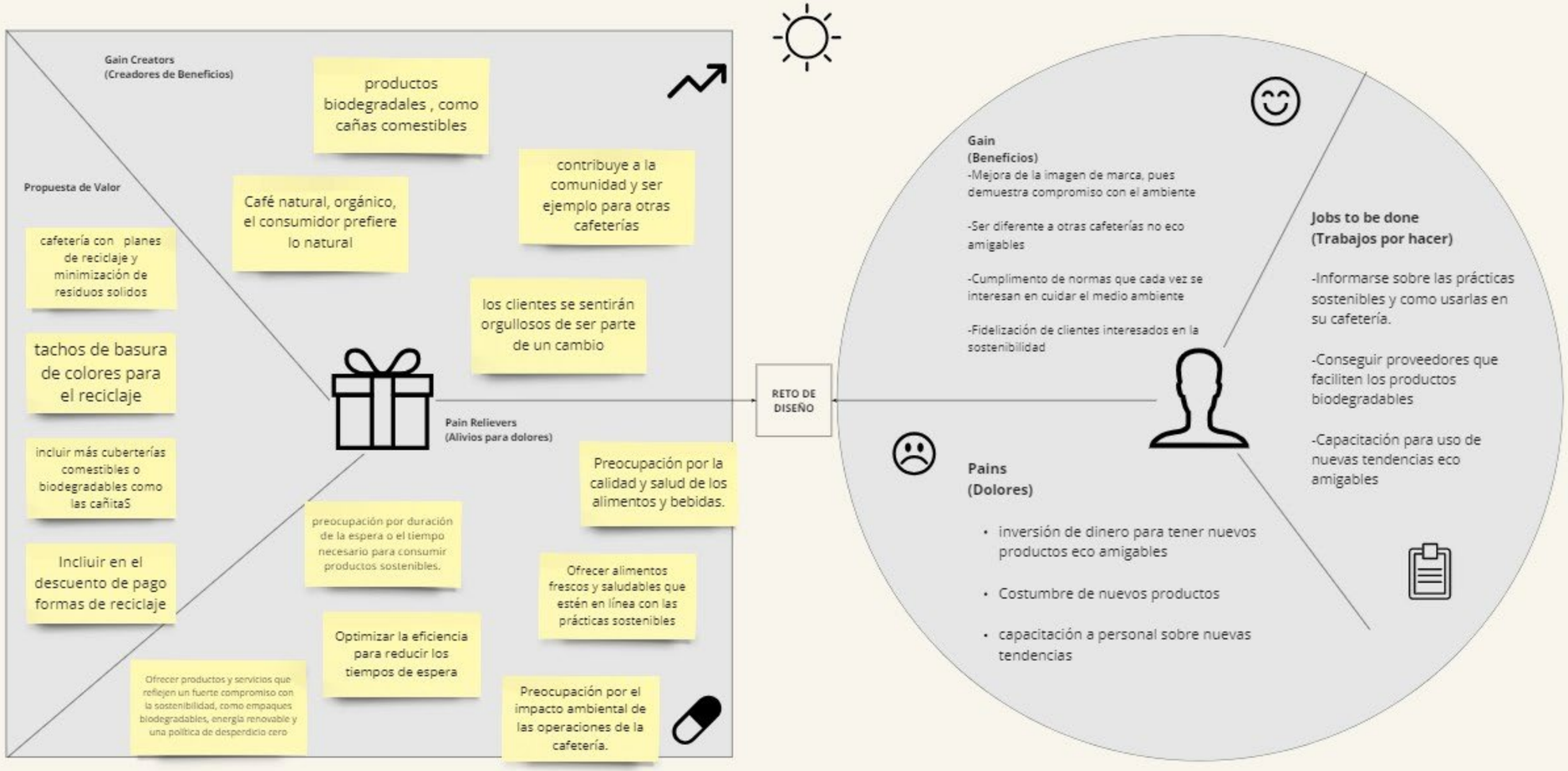
RETO DE DISEÑO



Semana 7

Lienzo de Propuesta de Valor

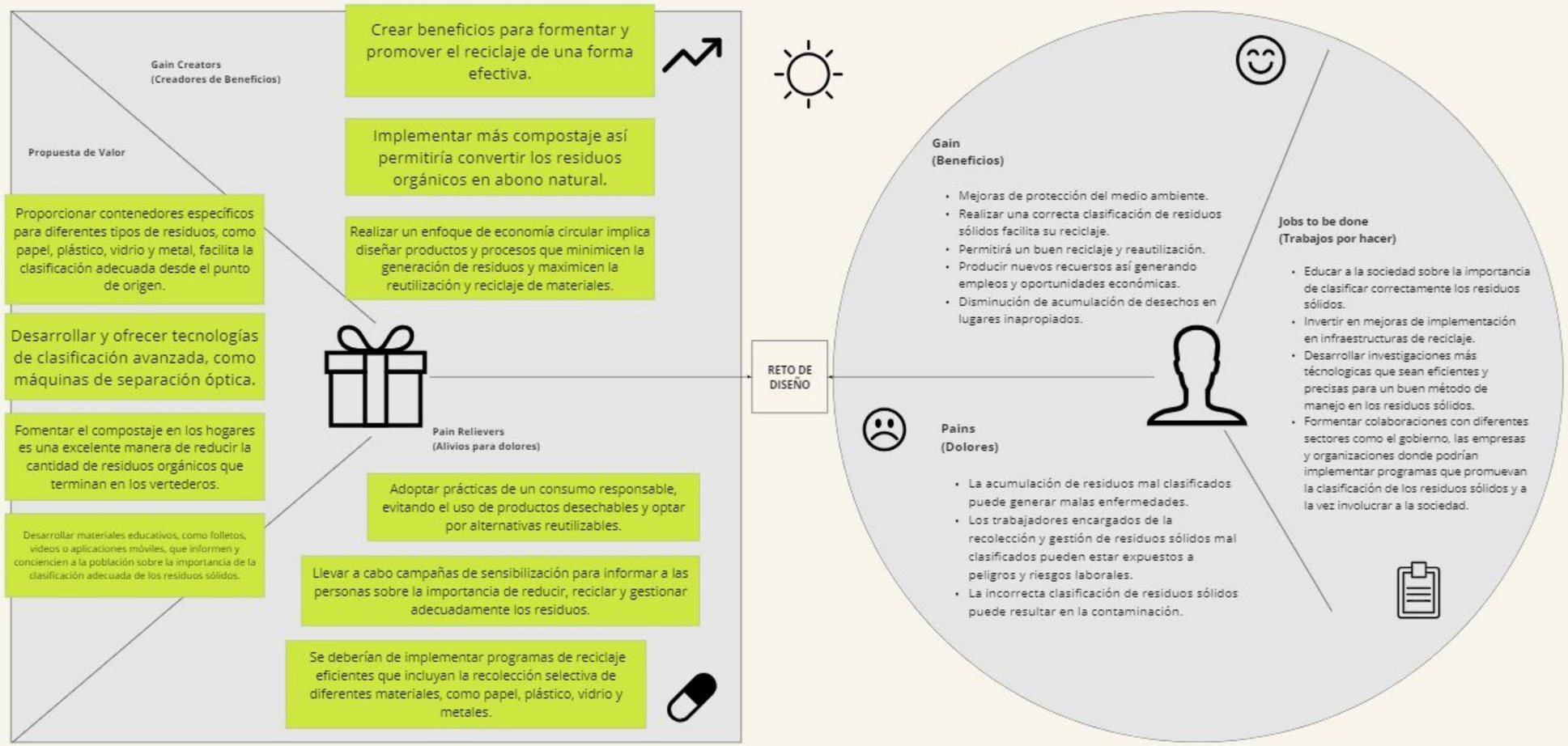
Dueña de cafetería sin practicas sostenibles



Semana 7

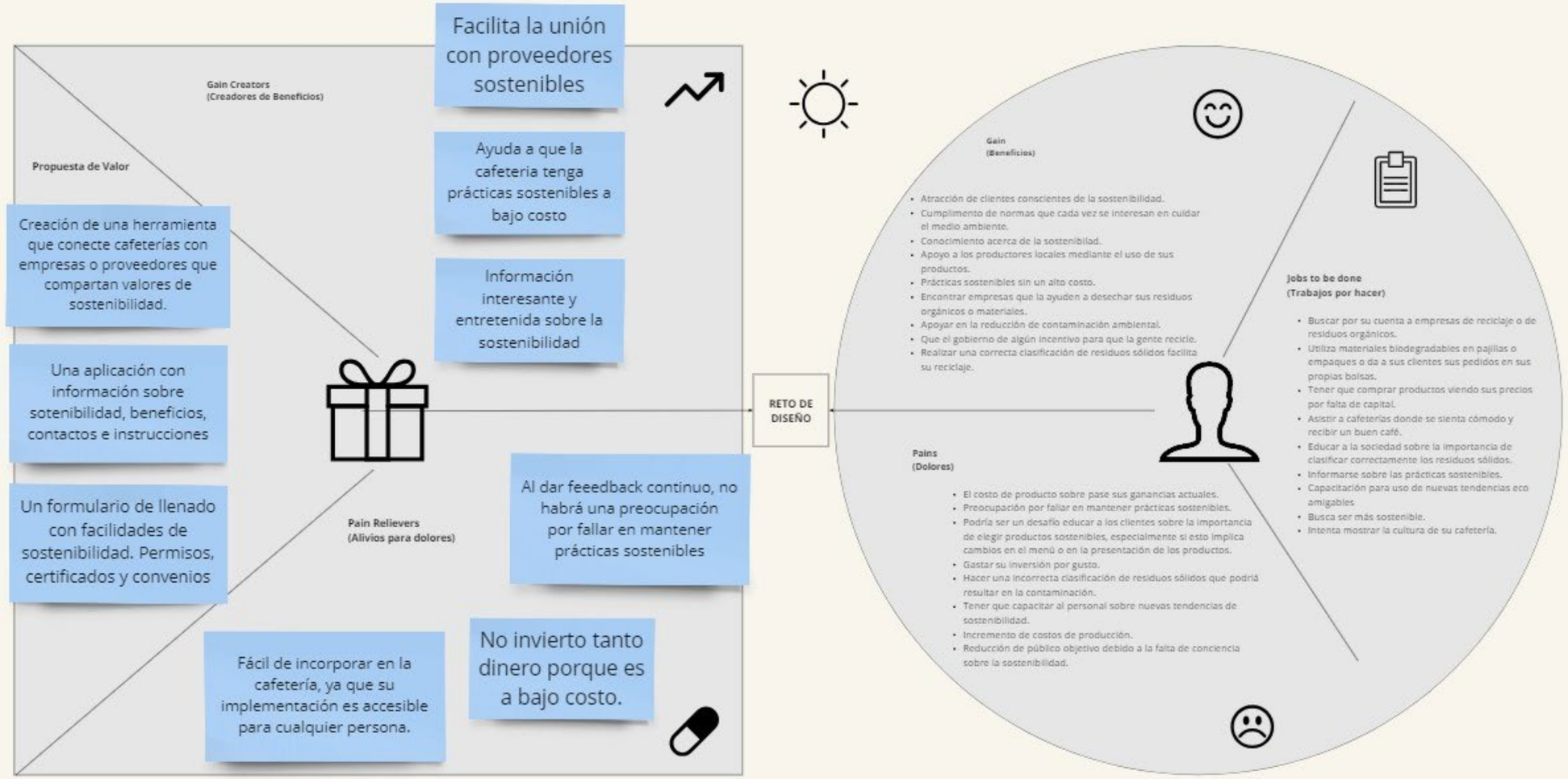
Lienzo de Propuesta de Valor

Jefe de proyectos



Semana 7

Lienzo de Propuesta de Valor (ideas abstractas)



Feedback jurado

En la presentación ante el jurado, recibimos un valioso feedback, donde se nos recomendó volver a realizar entrevistas pero ahora enfocándonos en nuestro público a vender. Aparte, se sugirió investigar a restaurantes.

Durante este proceso, descubrimos que las cafeterías ya están tomando medidas para ser sostenibles. Sin embargo, cuando se trata de restaurantes, hay un conjunto más amplio de regulaciones y normativas, y a menudo, estas se enfrentan a desafíos para su cumplimiento. Como resultado, hemos decidido centrar nuestro enfoque en gerentes y dueños de restaurantes, a fin de explorar más a fondo esta área y encontrar soluciones que les permitan avanzar hacia la sostenibilidad.

Reconocimos la importancia de esta recomendación y, al mismo tiempo, seguimos usando algunas de nuestras entrevistas anteriores.

Semana 3

Guión de entrevistas (gerentes / dueños restaurantes)

Introducción

Hola, somos alumnos de Toulouse Lautrec, muchas gracias por aceptar esta entrevista, nos presentamos ... y nuestro proyecto de investigación buscamos investigar sobre prácticas sostenibles en cafeterias de Lima Metropolitana. Agradecemos que pueda contribuir con su experiencia.

Mi nombre es “nombre aquí” y seré yo quien te haga las preguntas y mi compañer@ “nombre aquí” también nos acompañará para llevar registro de las respuestas que nos brindes.

Sección 1

¿Cuál es su nombre , cuántos años tiene, cuál es su puesto?

En cuanto al medio ambiente y la sostenibilidad, ¿cómo describiría su enfoque? ¿Se considera a sí mismo como alguien comprometido con la conservación ambiental o el cuidado del medio ambiente en su establecimiento?

Desde su perspectiva como gerente de restaurante, ¿cuáles diría que son las principales fuentes de contaminación o factores ambientales críticos en la operación del restaurante?

¿Qué estrategias utiliza para gestionar la gestión de residuos sólidos, especialmente residuos orgánicos?

¿Ha experimentado algún cambio en la demanda de los clientes relacionado con la sostenibilidad o la reducción de la contaminación?

Sección 2

¿Qué medidas toma para controlar y minimizar la contaminación del agua, incluyendo la gestión de aceites y grasas?

De acuerdo con las regulaciones de Sedapal ¿Cuenta con una una trampa de grasa en su restaurante?

¿Trabaja con proveedores locales y utiliza ingredientes de temporada para reducir la huella ecológica de sus productos?

¿Su restaurante utiliza materiales no biodegradables como tecnopor, bolsas negras o plásticos para el almacenamiento o servicio de productos?

¿Qué iniciativas de ahorro de energía ha implementado en su establecimiento, como el uso de iluminación LED o sistemas de climatización eficientes?

¿Ha considerado colaboraciones con organizaciones locales o gubernamentales para promover prácticas sostenibles en su sector?

¿La municipalidad de su localidad impone algún tipo de regulación o requisitos a los restaurantes que no cumplan con prácticas sostenibles o no utilicen implementos respetuosos con el medio ambiente?

Sección 3

¿Siente que la implementación de prácticas sostenibles en su negocio resulta en costos significativos?

¿Al abrir su restaurante le pidieron algún tipo de certificado relacionado con prácticas sostenibles? ¿De ser así, quién o qué entidad le solicitó esta demostración de sostenibilidad?

¿Cuál es su visión para el futuro en términos de sostenibilidad y reducción de la contaminación en su establecimiento?

¿Qué tipo de apoyo o recursos cree que necesitaría para mejorar sus prácticas sostenibles y reducir la contaminación?

Cierre

Muchas gracias por su tiempo y la información compartida, estamos seguros de que nos ayudará mucho. ¡Si tiene alguna otra recomendación o acotación que crees nos pueda ser útil para el proyecto, no dudes en comentarnos!

Como se explicó en la página anterior, a partir de acá mostraremos la reformulación de nuestro proyecto desde la semana 3, donde volvimos a crear preguntas para nuestras entrevistas enfocadas en gerentes y dueños de cafeterías y restaurantes.

Semana 3

Guión de entrevistas (gerentes / dueños cafeterías)

Introducción

Hola, somos alumnos de Toulouse Lautrec, muchas gracias por aceptar esta entrevista, nos presentamos ... y nuestro proyecto de investigación buscamos investigar sobre prácticas sostenibles en cafeterias de Lima Metropolitana. Agradecemos que pueda contribuir con su experiencia.

Mi nombre es “nombre aquí” y seré yo quien te haga las preguntas y mi compañer@ “nombre aquí” también nos acompañará para llevar registro de las respuestas que nos brindes.

Sección 1

¿Cuál es su nombre , cuántos años tiene, cuál es su puesto?

En cuanto al medio ambiente y la sostenibilidad, ¿cómo describiría su enfoque? ¿Se considera a sí mismo como alguien comprometido con la conservación ambiental o el cuidado del medio ambiente en su establecimiento?

Desde su perspectiva como gerente/dueño de cafetería, ¿cuáles diría que son las principales fuentes de contaminación o factores ambientales críticos en la operación de la cafetería?

¿Qué prácticas sostenibles ya ha implementado en su negocio?

¿Cuál diría que es el aspecto más sostenible de su cafetería en este momento?

¿Cuál es su enfoque en la gestión de residuos sólidos y orgánicos en su cafetería?

¿Ha experimentado algún cambio en la demanda de los clientes relacionado con la sostenibilidad o la reducción de la contaminación?

Sección 2

¿Qué tipo de productos y envases utiliza en su cafetería y cómo los elige?

¿Qué iniciativas de ahorro de energía ha implementado en su establecimiento, como el uso de iluminación LED o sistemas de climatización eficientes?

¿Trabaja con proveedores locales y utiliza ingredientes de temporada para reducir la huella ecológica de sus productos?

¿Qué tan importante es el apoyo a productores locales en su modelo de negocio?

¿Ha buscado o utilizado alguna ayuda externa o recursos para mejorar la sostenibilidad de su cafetería?

¿Ha considerado colaboraciones con organizaciones locales o gubernamentales para promover prácticas sostenibles en su sector?

¿La municipalidad de su localidad impone algún tipo de regulación o requisitos a las cafeterías que no cumplan con prácticas sostenibles o no utilicen implementos respetuosos con el medio ambiente?

Sección 3

¿Ha tenido éxito en atraer a clientes conscientes de la sostenibilidad?

¿Cómo educa a sus empleados y clientes sobre la importancia de la sostenibilidad?

¿Siente que la implementación de prácticas sostenibles en su negocio resulta en costos significativos?

¿Al abrir su cafeteria le pidieron algún tipo de certificado relacionado con prácticas sostenibles? ¿De ser así, quién o qué entidad le solicitó esta demostración de sostenibilidad?

¿Qué le gustaría mejorar en términos de sostenibilidad en su cafetería?

¿Qué tipo de apoyo o recursos cree que necesitaría para mejorar sus prácticas sostenibles y reducir la contaminación?

Cierre

Muchas gracias por su tiempo y la información compartida, estamos seguros de que nos ayudará mucho. ¡Si tiene alguna otra recomendación o acotación que crees nos pueda ser útil para el proyecto, no dudes en comentarnos!

Semana 4

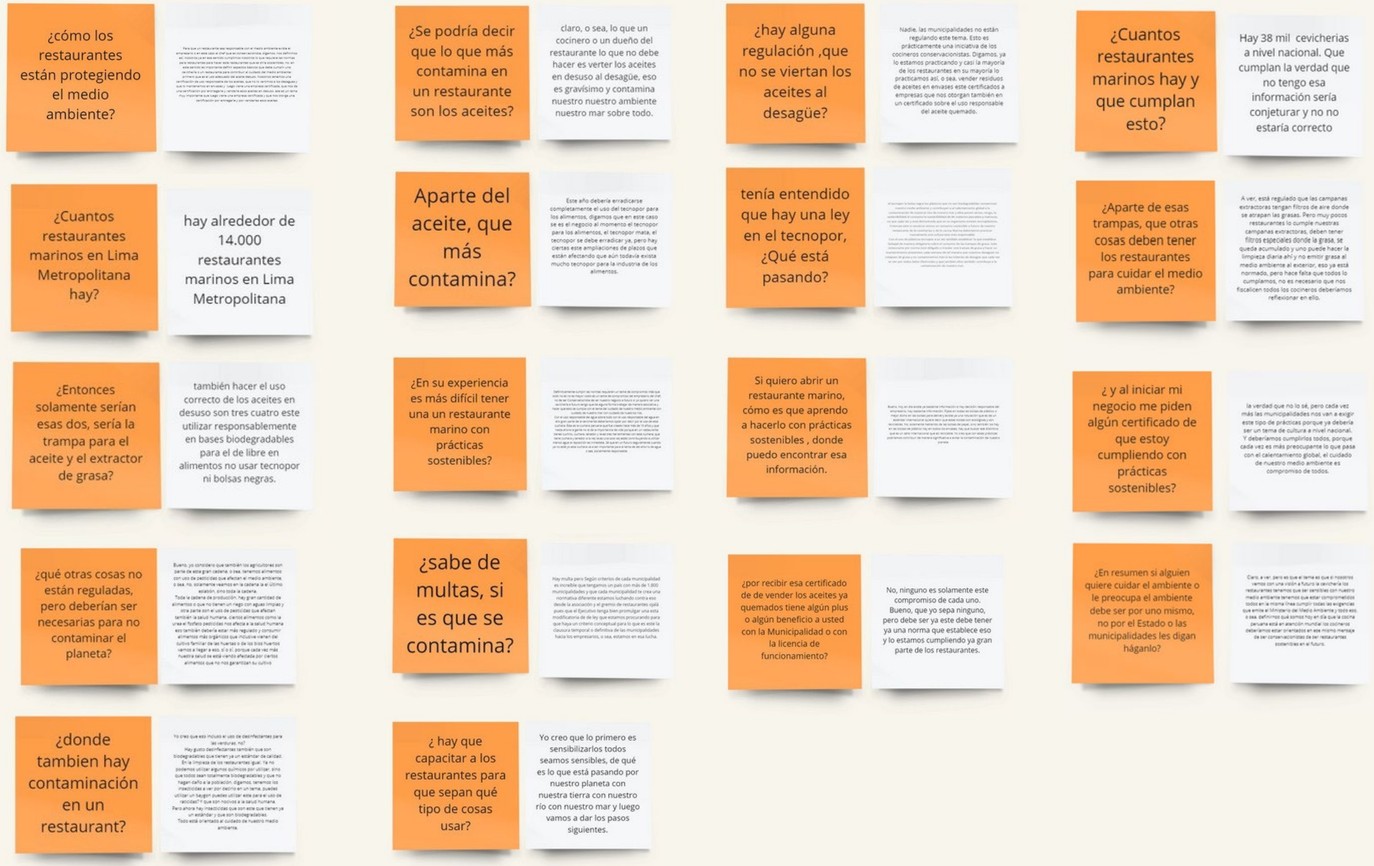
Descarga de entrevistas (restaurantes)

Javier Vargas

Ocupación:
dueño de Piscis y Presidente de ARMAP

Fecha:
24/10/2023

Entrevistador:
Braian Reyna



Para poder tener más contexto sobre cómo se maneja el tema de sostenibilidad en restaurantes , entrevistamos al presidente del ARMAP el señor Javier Vargas

Semana 4

Descarga de entrevistas (restaurantes)

Anita Cadillo

Ocupación:
dueña del restaurante Donde Anita
Fecha:
25/10/2023

Entrevistador:
Lucia Ramirez



Semana 4

Descarga de entrevistas (restaurantes)

Pedro Medina

Ocupación:
gerente administrativo de Delifood

Fecha:
25/10/2023

Entrevistador:
Lucia Ramirez



Semana 4

Descarga de entrevistas (restaurantes)

Carlos Tamashiro

Dueño de restaurant Kalkan, comida japonesa

Fecha:
24/10/2023

Entrevistador:
Braian Reyna



Semana 4

Descarga de entrevistas (restaurantes)

Blanca Chávez

Ocupación:
presidenta de Ahora Perú y dueña del Restaurant El Rocoto
Fecha:
24/10/2023

Entrevistador:
Braian Reyna



Semana 4

Descargas de entrevistas (Cafeterías)

Eduardo Seravia

Ocupación:
administrador de la cafetería Grazie

Fecha:
26/10/2023

Entrevistador:
Lucia Ramirez



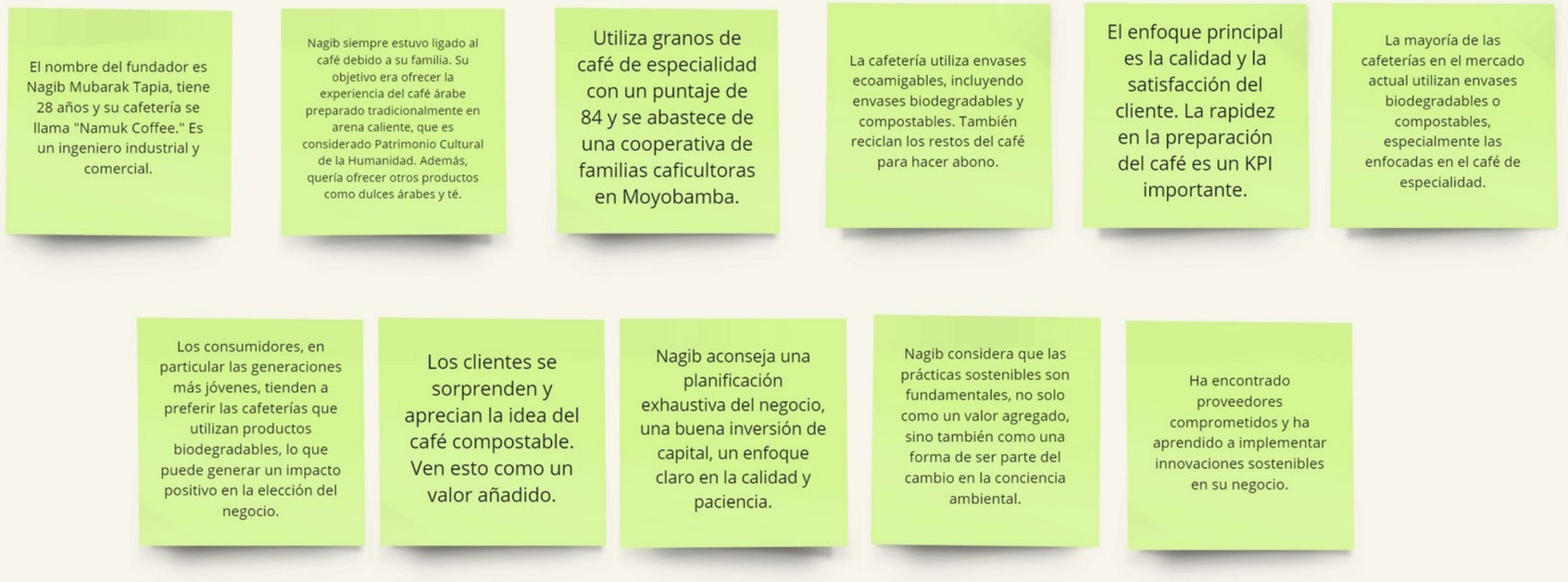
Semana 4

Descargas de entrevistas (Cafeterías)

Nagib Mubarak

Ocupación:
ingeniero industrial y comercial
Edad: 28 años
Fecha: 09/09/2023

Entrevistador:
Braian Reyna



Como ya se había mencionado, aparte de las nuevas entrevistas volvimos a usar la informaciòn previa que habíamos sacado de las entrevistas anteriores.

Semana 4

Descargas de entrevistas (Cafeterías)

Juliana de la Cruz

Ocupación: Ingeniera de sistemas **Edad:** 28 años

Fecha: 06/10/2023

Entrevistador: Braian Reyna



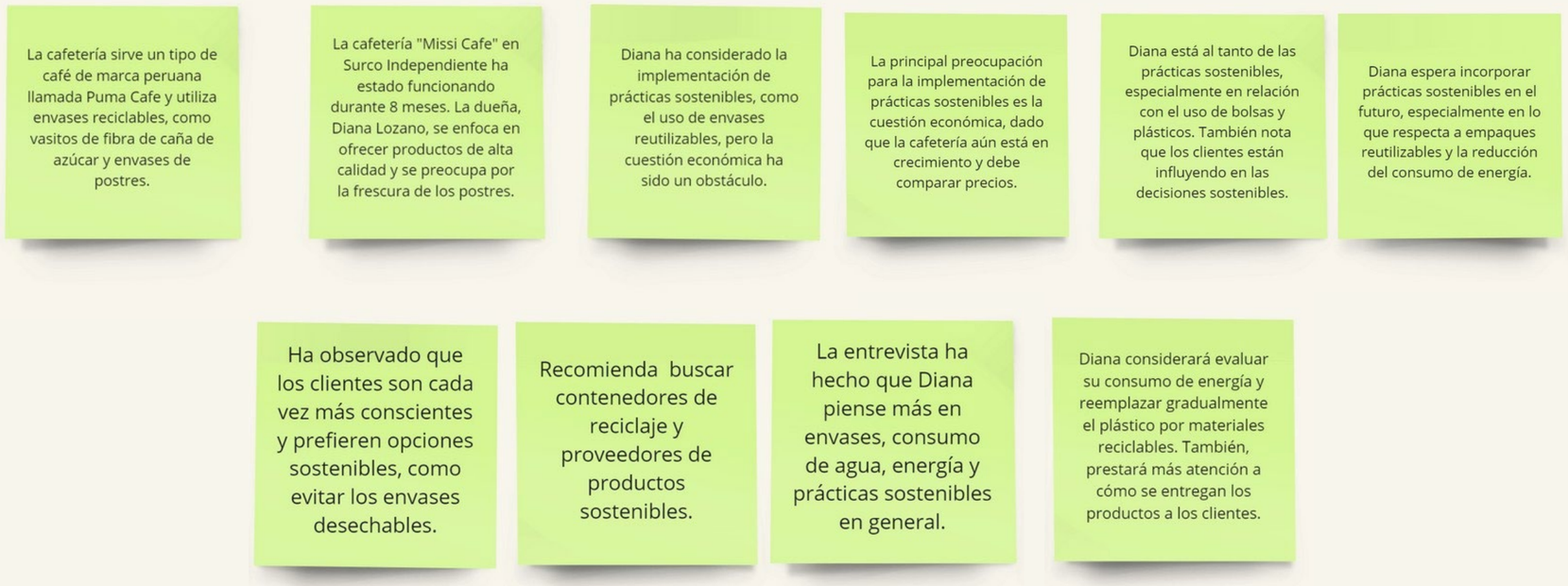
Semana 4

Descargas de entrevistas (Cafeterías)

Diana Lozano

Ocupación:
dueña de una cafetería
Missi Café
Edad: 28 años
Fecha:
12/09/2023

Entrevistador:
Lucia Ramírez



Semana 4

Descargas de entrevistas (Cafeterías)

Jessica Tello

Ocupación: profesora de educación inicial y dueña de una cafetería Café Finca Grande
Edad: 34 años
Fecha: 11/09/2023

Entrevistador: Lucia Ramírez

La idea de abrir la cafetería surgió de la pasión por el café de los abuelos de Jessica Tello, quienes eran productores de café en la región de Rodriguez de Mendoza en Amazonas.

El enfoque de la cafetería es la venta de café de alta calidad, y su motivación proviene de la hermana mayor de Jessica, quien reside en Canadá y valora la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Café Finca Grande se enfoca en prácticas sostenibles desde su inicio.Utilizan vasos de papel en lugar de plástico y evitan las bolsas de plástico. Utilizan residuos de café como abono para plantas y jardines.

Han notado un aumento en la competencia con la apertura de más cafeterías en Lima. Sin embargo, no todas trabajan con café de especialidad y sostenible.
Café de Especialidad y Prácticas Sostenibles:

El café de especialidad se caracteriza por el cuidado y la calidad del grano de café, sin uso de productos químicos.
Jessica señala la importancia de investigar la procedencia del café y cómo se ha cultivado.

Jessica ha observado un creciente interés de los consumidores por conocer más sobre el café, su procedencia y sabor. Ve oportunidades para cafeterías que ofrezcan café de especialidad y sostenible.

Jessica aconseja que se fomente la cultura del café, se cuide el medio ambiente y se explique la calidad del café de especialidad a los clientes. También sugiere que se diferencien de las cafeterías que ofrecen café comercial.

Jessica invita a las personas a visitar diferentes cafeterías para probar el café y comparar notas de sabor para entender la diferencia entre el café de especialidad y el comercial.

Utilizan sus redes sociales para explicar el proceso de producción de café orgánico y cómo se diferencian de las cafeterías que ofrecen café comercial.

Semana 4

Descargas de entrevistas (Cafeterías)

Soley Pinedo

Ocupación: ingeniero alimentario y encargada de Cordillera 27 café

Edad: 34 años

Fecha: 13/09/2023

Entrevistador: Lucia Ramírez



Semana 4

Organización de Datos



Decidimos categorizar los datos dados en las entrevistas, dándonos un mejor plano de sus molestias y opiniones. Gracias a esta categorización pudimos crear de mejor manera los arquetipos.

Semana 5

Arquetipos

¿Qué dice o que piensa?

- " Las personas están empezando a preocuparse por reciclar y nos exigen usar productos biodegradables o hasta traen su propia bolsa para llevar sus pedidos"
- "No hay muchas empresas de reciclaje que nos puedan ayudar a ser más sostenibles. Tienes que investigarlas tu."
- " Cuando tenga más dinero implementare más cosas para ser sostenible.

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Ejerció una carrera totalmente ajena al mundo de las cafeterías, solo para convertirse en dueña de una.
- Para poder ser sustentable, busca productos que podría implementar desde su presupuesto.
- Investiga sobre empresas de reciclaje, ya sea de su distrito o independientes.
- Cree que las personas deberían ser más juiciosos al tomar café, asi entenderan porque algunas cafeterías de especialidad son caras.
- Es consciente de que el cliente es la prioridad.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- La falta de recursos económicos puede dificultar la inversión en prácticas y productos sostenibles.
- La limitada oferta de empresas sostenibles hacen difícil encontrar opciones viables para su cafetería.
- Necesidad de Educación del Cliente

¿Qué necesita?

- Información sobre cómo ser más sostenible.
- Apoyo del estado para que el tema de la sostenibilidad sea más relevante.
- Empresas que estén comprometidas con el reciclaje o recogimiento de productos orgánicos.
- Desearía que hubiera más opciones accesibles para implementar prácticas sostenibles sin que esto implique un alto costo.

Camila Medina



Dueña comprometida de una cafetería sostenible

Edad: 35 años.

NSE: medio

Como habiamos mencionado antes, volvimos a utilizar las entrevistas que iban de acuerdo con la investigación que estabamos haciendo en este momento, es por eso que también optamos por usar dos arquetipos.

Semana 5

Arquetipos

Steven Lainme



Cliente conciente

Edad: 22 años

NSE: Medio

¿Qué dice o que piensa?

- "Mayormente suele visitar cafeterías cercanas o recomendadas."
- "No se fija si la cafetería realizan alguna práctica sostenible."
- "Más le importa la calidad del café o el ambiente de la cafetería."

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Involucrarse más con en el tema de la sostenibilidad.
- Prestará más atención a las cafeterías que acude si tienen algún apoyo o si cumplen con un método de sostenibilidad.
- Ya no solo se percatara la calidad de un café.
- Piensa que los jóvenes universitarios no solo deberían a recurrir a cafeterías de "nombre" si no a ver más allá y explorar con cafeterías que estén comprometidas a la sostenibilidad o lo orgánico.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- Ver que por la falta de ayuda o implementación solo las cafeterías recurren a los implementos reutilizables.
- Que los dueños de cafeterías no cuenten con un apoyo de las municipalidades o algún tipo de empresas que los motiven a tener métodos sostenibles.
- No solo quiere calidad de un café también el compromiso con la sostenibilidad.

¿Qué necesita?

- Más cafeterías comprometidas en la sostenibilidad.
- Dispuestos a pagar por productos sostenibles.
- Compartir sus experiencias en redes sociales para que más personas puedan dar apoyo a las cafeterías que practican la sostenibilidad.

Semana 5

Arquetipos

¿Qué dice o que piensa?

- " No veo que los restaurantes estén comprometidos con la conservación ambiental o el cuidado del medio ambiente."
- " No considero la sostenibilidad como un objetivo principal en mi negocio".
- " No creo que tener un restaurante ecológico vaya a llamar la atención del público".
- " He escuchado que implementar prácticas sostenibles es demasiado costoso".

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Él termina desechando todo tipo de residuos sean sólidos orgánicos en una bolsa de basura común donde posteriormente lo lleva a la calle.
- Desecho líquidos como aceites, guisos y comida por el desagüe.
- No cuenta con trampa de grasa, ni extractor de grasa.
- Sin embargo, cuenta con todos sus papeles de salubridad.
- Piensa que son caras las prácticas sostenibles.
- Solo piensa en vender.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- Le molesta no haber tenido información sobre sostenibilidad antes de abrir su negocio.
- Le molesta que haya operativos o intervenciones que revisen la higiene de sus cocinas.
- Le duele contaminar sin saber que contamina
- Le duele no saber como dejar de contaminar

¿Qué necesita?

- Quiere tener algún incentivo económico para implementar prácticas sostenibles.
- Necesita mayor difusión de información y concientización de prácticas sostenibles.
- Quiere información comprensible y así ver los puntos a mejorar
- Necesita un cambio en su mentalidad empresarial para incorporar la sostenibilidad como una prioridad estratégica.
- Necesita información y asesoramiento detallado sobre los costos involucrados en la implementación de estas prácticas y posiblemente explorar formas de hacerlo de manera rentable.
- Necesita apoyo en marketing y estrategias de comunicación para destacar sus esfuerzos sostenibles y mostrar cómo esto puede ser atractivo para los clientes.

Juan Gómez



Dueño de un restaurante no sostenible

Edad: 35 años.

NSE: medio

A Partir de acá se mostrarán los nuevos arquetipos creados con la información nueva.

Semana 5

Arquetipos

¿Qué dice o que piensa?

- "Yo aplico los conocimientos que me han enseñado en la academia".
- "Nunca vi que se profundizará en el tema de sostenibilidad, cuando estudiaba".
- "No le he tomado importancia al tema de la sostenibilidad, porque en ningún restaurante en el que he trabajado le ha importado eso".

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- No es consciente de la contaminación que genera el restaurante en el que trabaja.
- Ve a los clientes comer felices y ninguno le habla de sostenibilidad.
- No ve la magnitud del problema en cuanto a la contaminación actual.
- Nadie le exige aprender sobre sostenibilidad.
- Usa materiales ecoamigables solo porque existen normas, no porque sepa.
- Él termina desechando todo tipo de residuos sean sólidos orgánicos en una bolsa de basura común donde posteriormente lo lleva a la calle.
- Desecho líquidos como aceites, guisos y comida por el desagüe.
- No cuenta con trampa de grasa, ni extractor de grasa.
- Sin embargo, cuenta con todos sus papeles de salubridad.
- Piensa que son caras las prácticas sostenibles.
- Solo piensa en vender.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- Le molesta ver como las municipalidades inspeccionan el local pero no los ayudan a mejorar.
- Le molestan las normas que se imponen sobre sostenibilidad porque comprarlos es caro.
- Le duele que su academia no haya enfatizado más en la sostenibilidad.

¿Qué necesita?

- Necesita una educación más sólida sobre sostenibilidad en la formación académica.
- Quisiera mayor claridad y apoyo por parte de las autoridades en la promoción de prácticas sostenibles, junto con información sobre cómo ser sostenible sin incurrir en grandes gastos.
- Necesita conciencia sobre la contaminación ambiental en su lugar de trabajo y la industria en general.

Jorge Gonzáles



Gerente de un restaurante, egresado de una academia de gastronomía

Edad: 30 años.

NSE: medio

Semana 5

Arquetipos

¿Qué dice o que piensa?

- "En mis años trabajando en restaurantes y cafeterias no he visto un compromiso con la conservación ambiental por parte de estos establecimientos".
- "Pienso que sería bueno una orientación ya que tengo un conocimiento limitado del tema."
- " El peruano no prioriza la sostenibilidad al momento de elegir que comer".
- "Implementar para un restaurante o cafeteria el tema de sostenibilidad es complicado. Mira, tú vas a un Tanta ,a un San Antonio, ahí no lo hacen y son empresas con un colchón económico muy fuerte, que te facturan 8,000, 10,000 diarios. Un local que te factura 3.000 , imagina que tenga que invertir en eso".

Comportamiento

¿Cómo vive tu arquetipo?

- Es consciente del problema pero no actúa.
- Se enfrenta a regulaciones gubernamentales y municipales que no siempre promueven prácticas sostenibles en su sector.
- Percibe un bajo nivel de interés en la sostenibilidad por parte de la mayoría de los clientes peruanos, que prefieren comida rápida y no valoran prácticas eco-amigables.
- No ha implementado muchas prácticas sostenibles en su negocio debido a la falta de conocimiento y recursos.
- Considera que la sostenibilidad puede ser costosa y que los clientes no valoran mucho estas prácticas en su establecimiento.
- A pesar de las dificultades está interesado en aprender más y mejorar en términos de sostenibilidad.
- Piensa que tanto empleados como clientes requieren educación en sostenibilidad.

Pains y Gains

¿Qué le molesta?

- Le molesta ver un déficit de regulaciones efectivas y prácticas sostenibles en el sector de restaurantes y cafeterías en Lima, así como la falta de apoyo de las municipalidades.
- Le molesta no tener conocimiento y capacitación en cuestiones de sostenibilidad , ya que le impide avanzar en este aspecto.
- Le duele que la mayoría de los clientes peruanos parecen no valorar ni demandar prácticas sostenibles en sus negocios, prefiriendo opciones de comida rápida.
- Le molestas que las municipalidades se centren principalmente en cuestiones básicas de salubridad y no imponen regulaciones específicas relacionadas con la sostenibilidad.

¿Qué necesita?

- Quiere que las municipalidades informen de manera clara y fácil sobre medidas específicas para mejorar la sostenibilidad.
- Necesita acceso a capacitación y asesoramiento en prácticas sostenibles para comprender cómo implementarlas en su negocio de manera efectiva. Esto incluye aprender cómo manejar residuos sólidos, regular el uso de productos químicos, y establecer prácticas más respetuosas con el medio ambiente.
- Quisiera que los clientes sean más conscientes de la sostenibilidad y valoren los esfuerzos para reducir la huella ecológica en la industria de restaurantes.
- Necesita la motivación del público para seguir implementando prácticas sostenibles.
- Quisiera tener información de cómo ser sostenible pero sin gastar mucho dinero.

Daniela Herrera



Gerente de una cafetería con estudios en Administración

Edad: 28 años.

NSE: medio

Semana 5

Insights

Cliente conciente

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Suelo visitar cafeterías a veces mayormente si se encuentran cerca o son recomendadas por amistades pero en ocasiones no me fijo si las cafeterías realizan algún tipo de práctica sostenible.	Ya que no lo veo como una prioridad, solo asisto a las cafeterías por los precios de los productos, ubicación o por su ambiente y decoración del lugar.	Porque no tengo mucho conocimiento acerca de la sostenibilidad.	Me gusta disfrutar de la calidad del café y me interesa aprender más sobre la sostenibilidad.	Quisiera que se educara a los clientes ya que creo que si el público es consciente de lo que está pasando actualmente pueden recomendar la cafetería y pasar la voz sobre esta problemática.
INSIGHT	Como consumidor que visita cafeterías tengo una disposición a comprometerme con prácticas sostenibles, pero mi elección de cafeterías sostenibles está limitada por la falta de opciones disponibles. A menudo, opto por cafeterías cercanas o recomendadas sin necesariamente considerar si implementan prácticas sostenibles. Sin embargo estoy dispuesto a pagar un poco más por productos sostenibles.			

Dueña comprometida

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Tengo mi cafetería hace poco tiempo. Uso productos reciclables y biodegradables , en un futuro me gustaría ser 100% sostenible.	Sin embargo, encontrar ayuda para llevar acabo estas prácticas puede ser complicado si no has investigado previamente. Además, el factor económico también desempeña un papel importante.	Esto se debe a que el reciclaje no es una prioridad para la mayoría de las personas y también a la escasa disponibilidad de empresas que se pueden investigar, en gran parte debido a la falta de incentivos gubernamentales.	Cuando llega un cliente interesado en la sostenibilidad, me alegra y me motiva a ser más sostenible, ya que podría perderlo si no me adapto.	Ojalá hubiera una mayor accesibilidad a otras empresas que puedan ayudar en la implementación de prácticas sostenibles, sin que esto resulte tan costoso.
INSIGHT	Como propietario de una cafetería que aspira a ser completamente sostenible, me enfrento a desafíos significativos. La falta de recursos y la escasa disponibilidad de empresas sostenibles son obstáculos que dificultan este camino. Sin embargo, la llegada de clientes comprometidos con la sostenibilidad me motiva a seguir. Pero desearía que hubiera más opciones accesibles para implementar prácticas sostenibles sin que esto implique un alto costo.			

Semana 5

Insights

Dueño desinteresado

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Tengo mi restaurante desde ya 3 años, donde servimos comida casera.	Sin embargo, el tema sostenibilidad no es prioridad en mi restaurante	Porque creo que no hará ningún cambio significativo a mi establecimiento y he escuchado y visto que implementar prácticas sostenibles es carisimo.	Un incentivo económico podria motivar al dueño a implementar prácticas sostenibles en su restaurante, asi como mejor información y asesoramiento sobre sus usos y costos.	Ojala pudiera tener algún tipo de apoyo por parte de las municipalidades y quisiera saber más del tema para poder dejar de contaminar.
INSIGHT	Como dueño de un restaurante de comida casera en Perú aún no he priorizado la sostenibilidad en mi establecimiento. Mi resistencia se debe principalmente a mi percepción de que las prácticas sostenibles son costosas y no aportarán un cambio significativo a mi restaurante. Sin embargo, esta actitud podría cambiar si tuviera un incentivo económico para implementar prácticas sostenibles, junto con información detallada y asesoramiento sobre cómo hacerlo de manera eficiente y rentable. Además, estaría más dispuesto a abrazar la sostenibilidad si recibiera apoyo de las municipalidades locales y si obtuviera una mayor comprensión del tema.			

Gerente que cree en la sostenibilidad

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Soy gerente de una cafeteria, estudié Administración y llevo años en el rubro de cafeterias y restaurantes, aparte de trabajar antes en el sector de pescados y mariscos.	Sin embargo, muchos de los estableciemientos donde he trabajado no son completamente sostenibles y no he visto un compromiso con la conservación ambiental por parte de estos. Si usan productos ecoamigables pero en el tema de gestión residuos aún falta mucho por hacer. Por mi parte, tengo conocimientos sobre la sostenibilidad, pero no los aplico en la cafteria donde estoy trabajando.	Porque siento que me faltan conocimiento y recursos sobre el tema, soy conciente que implementar estas prácticas son costosas y en general veo un bajo nivel de interés en la sostenibilidad por parte de la mayoría de los clientes peruanos.	Creo en la sostenibilidad y que los restaurantes y cafeterías puedan llegar a ser sostenibles, solo que el camino no es sencillo un ejemplo son las municipalidades que no imponen regulaciones específicas relacionadas con la sostenibilidad.	Quisiera una mayor claridad y apoyo por parte de las municipalidades en la promoción de prácticas sostenibles, tener más información sobre cómo ser sostenible sin incurrir en grandes gastos.capaz con una capacitación y asesoramientos bien definidos.
INSIGHT	Como gerente de una cafetería con experiencia en la industria de restaurantes, he notado la falta de compromiso con la sostenibilidad en muchos establecimientos. A pesar detener conocimientos en sostenibilidad, no los aplico debido a la percepción de carecer de recursos y conocimientos específicos. Además, observo un bajo interés en la sostenibilidad entre la mayoría de los clientes peruanos. Creo en la sostenibilidad pero enfrento obstáculos, como la falta de regulaciones claras de las municipalidades. Busco mayor apoyo y claridad de las autoridades, así como información sobre prácticas sostenibles económicas a través de capacitación y asesoramiento. En resumen, deseo la sostenibilidad pero necesito superar barreras y requiero apoyo y recursos.			

Semana 5

Insights

Gerente sin conocimientos de sostenibilidad

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4. Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Soy un egresado de una academia de gastronomia y actualmente me encuentro trabajando como gerente en un restaurante.	Sin embargo, el tema de sostenibilidad no fue algo prioritario en mi enseñanza por lo tanto no lo aplico en mi trabajo.	Porque desconozco del tema y no me he interesado en profundizar en mis conocimientos sobre eso, aparte en los restaurantes que he trabajo no han mostrado interés en la sostenibilidad.	Observo que otros restaurantes y empleados no muestran interés en ser sostenibles, por lo tanto, no encuentro razón para esforzarme en mejorar en esa área.	Quisiera que se profundice mejor el tema de sostenibilidad y gestión de residuos en las academias de gastronomia y se cree más conciencia sobre la contaminación ambiental en su lugar de trabajo y la industria en general.

INSIGHT	Soy un graduado de una academia de gastronomía y actualmente trabajo como gerente en un restaurante. Sin embargo, la sostenibilidad no fue una prioridad en mi educación, y como resultado, no la he aplicado en mi trabajo. La falta de interés y conocimiento en sostenibilidad, tanto en mi formación como en los restaurantes anteriores en los que trabajé, ha llevado a una falta de esfuerzo en esta área. Veo que muchos otros restaurantes y colegas no se esfuerzan por ser sostenibles, lo que ha llevado a la percepción de que no es necesario mejorar en este aspecto. Mi deseo es que las academias de gastronomía profundicen en la enseñanza de la sostenibilidad y la gestión de residuos, y que se promueva una mayor conciencia sobre la contaminación ambiental tanto en el lugar de trabajo como en la industria en su conjunto.

Semana 6

Reto de diseño

¿Cómo podríamos proporcionar un apoyo económico y asesoramiento sobre sostenibilidad para ayudar al dueño desinteresado a superar su percepción de que las prácticas sostenibles son costosas y no aportarán un cambio significativo a su restaurante?

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
dueño desinteresado	le duele/necesita	necesita un apoyo económico y asesoramiento sobre sostenibilidad	por que	ve que las prácticas sostenibles son costosas y siente que no aportarán un cambio significativo a su restaurante

¿Cómo podríamos

proporcionar apoyo económico y asesoramiento sobre sostenibilidad

acción o intención

dueño desinteresado

arquetipo

supere su percepción de que las prácticas sostenibles son costosas y no aportarán un cambio significativo a su restaurante

efecto deseado

Semana 6

Reto de diseño

¿Cómo podríamos establecer regulaciones municipales claras para que el gerente que cree en la sostenibilidad logre su objetivo de tener un local sostenible y respetuoso con el medio ambiente?

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
gerente que cree en la sostenibilidad	le duele/necesita	le duele no tener regulaciones claras de las municipalidades para ser sostenibles	por que	esta interesado en que su local tenga prácticas ecoamigables

¿Cómo podríamos establecer regulaciones municipales claras

acción o intención

gerente que cree en la sostenibilidad

arquetipo

logre su objetivo de tener un local sostenible y respetuoso con el medio ambiente

efecto deseado

Semana 6

Reto de diseño

¿Cómo podríamos mejorar la educación en sostenibilidad en las academias de gastronomía y sensibilizar a la industria de restaurantes sobre la contaminación ambiental para que los gerentes sin conocimientos de sostenibilidad muestren un mayor interés en abordar la problemática de la contaminación ambiental?

ARQUETIPO		DOLOR/NECESIDAD		INSIGHT
gerente sin conocimientos de sostenibilidad	le duele/necesita	necesita que las academias de gastronomía profundicen en la enseñanza de la sostenibilidad y la gestión de residuos, y que se promueva una mayor conciencia sobre la contaminación ambiental	por que	Reconoce que la falta de educación sobre el medio ambiente ha llevado a que la industria de restaurantes no muestre interes en la sostenibilidad.

¿Cómo podríamos

fortalecer la educación en sostenibilidad en las academias de gastronomía y aumentar la conciencia sobre la contaminación ambiental

acción o intención

gerente sin conocimientos de sostenibilidad

arquetipo

los restaurantes muestren un mayor interés en abordar la problemática de la contaminación ambiental

efecto deseado

Semana 6

Reto de diseño

¿Cómo podríamos proporcionar un apoyo económico y asesoramiento sobre sostenibilidad para ayudar al dueño desinteresado a superar su percepción de que las prácticas sostenibles son costosas y no aportarán un cambio significativo a su restaurante?

¿Cómo podríamos establecer regulaciones municipales claras para que el gerente que cree en la sostenibilidad logre su objetivo de tener un local sostenible y respetuoso con el medio ambiente?

¿Cómo podríamos mejorar la educación en sostenibilidad en las academias de gastronomía y sensibilizar a la industria de restaurantes sobre la contaminación ambiental para que los gerentes sin conocimientos de sostenibilidad muestren un mayor interés en abordar la problemática de la contaminación ambiental?

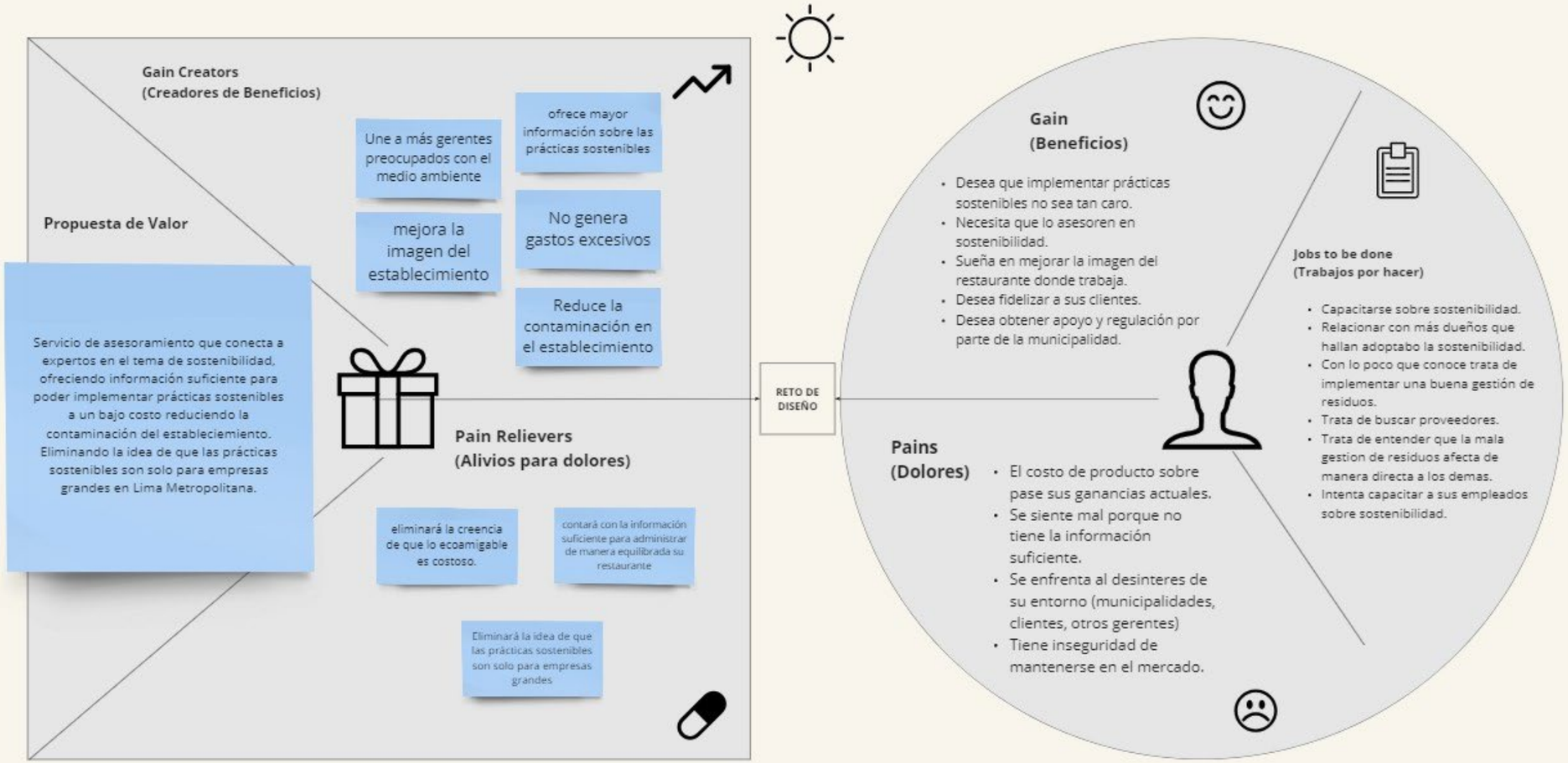


Reto de diseño general

¿Cómo podríamos capacitar, informar y guiar a gerentes o administradores de restaurantes de Lima Metropolitana para que implementen prácticas ecoamigables en sus locales?

Semana 7

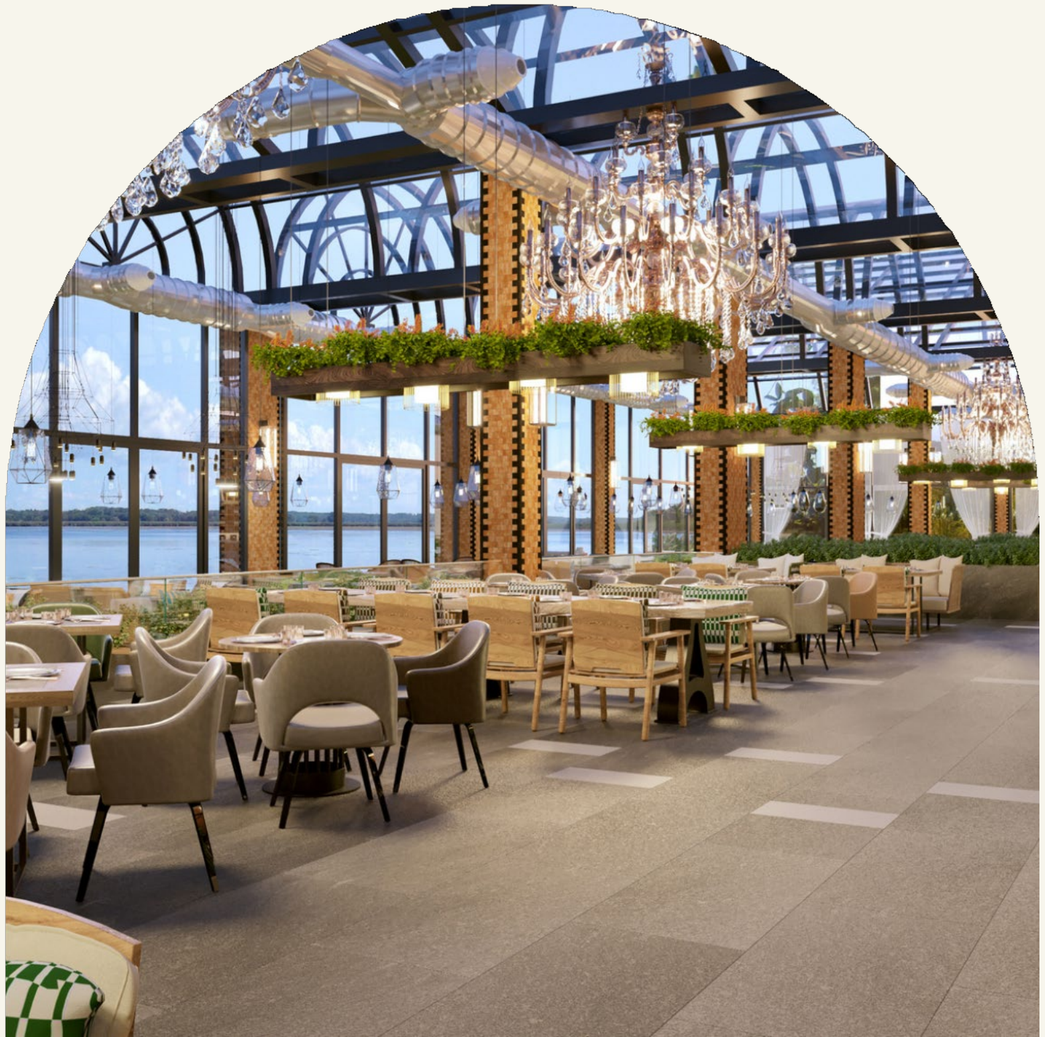
Lienzo Propuesta de Valor



Al realizar este Lienzo de Valor, nos dimos cuenta que los arquetipos clave serían el de los dueños de restaurantes y gerentes.

Semana 8

Características de la propuesta de valor



- Ofrecer un servicio que ayude a los restaurantes a superar la falta de conocimiento, experiencia y capacitación en prácticas sostenibles.
- Proporcionar orientación sobre cómo implementar prácticas sostenibles de manera efectiva, lo cual abordaría la barrera mencionada.
- Ayudar a los restaurantes a encontrar proveedores adecuados que ofrezcan opciones económicas y sostenibles. Además, ofrecer información sobre plantas de reciclaje o empresas que brinden servicios de reciclaje, para facilitar la gestión de residuos y la transición de materiales no reciclables a reciclables.

Semana 8

Lluvia de ideas

Reto de diseño

¿Cómo podríamos capacitar, informar y guiar a gerentes o administradores de restaurantes de Lima Metropolitana para que implementen prácticas ecoamigables en sus locales?



Semana 8

Agrupar y evaluar

Recompensas

Ofrecer programas de financiamiento o subsidios para la adopción de prácticas sostenibles.

Establecer programas de incentivos para atraer a empresas dispuestas a apoyar prácticas sostenibles.

Reconocimiento Público: Establecer un sistema de recompensas o reconocimientos para los restaurantes que demuestren un compromiso excepcional con la sostenibilidad.

Programas de Certificación: Establecer programas de certificación ecológica para restaurantes que cumplan con ciertos estándares de sostenibilidad. Esto puede actuar como un incentivo para que los restaurantes se esfuercen por ser más ecológicos.

Unión con expertos

Crear un espacio para networking que conecte a dueños de cafeterías con posibles socios estratégicos.

Colarborar con expertos en sostenibilidad para garantizar que los proyectos cumplan con los términos de la eficiencia energética

Bases de Datos de Proveedores Sostenibles: Crear una base de datos de proveedores que suministren productos y servicios sostenibles, lo que facilita a los restaurantes encontrar opciones respetuosas con el medio ambiente.

un curso online, donde conecte a profesionales

Plataforma digital

Crear plataformas digitales que proporcionen información educativa sobre sostenibilidad y café.

Ofrecer una plataforma o red que conecte directamente a los dueños de cafeterías

una aplicacion que te conecte con otros dueños de restaurantes para resolver dudas sobre cuidado del cambio climatico

El canal de YouTube que manejemos nosotros, subimos tips dentro de nuestro alcance, algunas entrevistas con expertos sobre el tema, quizá algunas transmisiones en vivo hablando con personajes relevantes, dueños de restaurantes eco amigables etc. Difundir información a través de yutu.

Desarrollar contenido digital atractivo para destacar los esfuerzos sostenibles en plataformas online, recopilando feedback del público mediante encuestas y análisis de datos.

videos de tips para que gg de restaurantes sepan como hacer su negocio ecoamigable

Crear una plataforma web con tips de información sobre sostenibilidad

Recursos en Línea: Crear una plataforma en línea con recursos accesibles, como guías, videos instructivos y estudios de casos de restaurantes sostenibles. Esto proporciona una fuente continua de información.

una app con videos grabados con recomendaciones de sostenibilidad, explicaciones de normas y actualizzaciones de normas sobre practicas sostenibles

a la par con los videos tips, tambien podemos hacer entrevistas a ambientalistas u otros gerentes para que nos ayuden y ayuden a los nuevos gerentes

una productora de videos, en youtube y tiktok

conseguimos dinero, creando videos publicitarios y diseño del restaurant pero con enfoque de practicas sotenibles

Implementar herramientas digitales que simplifiquen la búsqueda y selección de opciones sostenibles.

Información

Dar información a nuestros clientes y al publico general sobre la importancia de la arquitectura sostenible y sus beneficios

Tips sobre materiales sostenibles para la construcción

Implementar principios de diseños sostenibles en proyectos como aumentar la eficiencia energética, el uso de materiales reciclados y la incorporación de sistemas de energías renovables

Asesorias

Mentoría Empresarial: Establecer programas de mentoría empresarial donde restaurantes sostenibles exitosos guíen a otros que deseen implementar prácticas similares.

Asesoría Personalizada: Ofrecer asesoría personalizada a restaurantes interesados. Los asesores podrían visitar los establecimientos y brindar recomendaciones específicas para mejorar la sostenibilidad.

Talleres

Campañas de concientización para la correcta clasificación de residuos.

Ofrecer eventos o talleres relacionados con la sostenibilidad.

Campañas de Concienciación: Desarrollar campañas de concienciación pública para educar a los consumidores sobre la importancia de apoyar restaurantes sostenibles y cómo pueden identificarlos.

Talleres y Seminarios Específicos: Organizar talleres y seminarios especializados que aborden temas de sostenibilidad y prácticas ecoamigables en la industria de restaurantes. Invitar a expertos en sostenibilidad para ofrecer capacitación práctica.

Colaboraciones con entidades públicas

Implementar sistemas de gestión de residuos más efectivos y fáciles de usar.

Colaboraciones Público-Privadas: Fomentar colaboraciones entre el gobierno local, organizaciones medioambientales y la industria de restaurantes para proporcionar recursos, incentivos y programas de capacitación.

Financiamiento Subsidiado: Facilitar el acceso a préstamos o financiamiento con tasas de interés reducidas para ayudar a los restaurantes a invertir en prácticas sostenibles.

Diseño

Diseñar materiales educativos que informen a los clientes sobre la importancia de apoyar prácticas sostenibles y cómo su elección puede marcar la diferencia.

Diseñar espacios en las cafeterías que promuevan la educación sobre sostenibilidad.

Realizar propuestas de diseño para productos sostenibles que reflejen la estética de la marca, fortaleciendo así su compromiso con la sostenibilidad. Además, contribuir al diseño de la experiencia del cliente, desde el menú hasta la disposición del espacio, para resaltar las iniciativas sostenibles de la cafetería.

Semana 8

Guión taller generativo

Introducción

¡Bienvenidos o bienvenidas!

Los hemos invitado a este taller como parte de nuestra investigación en el proceso de ideación que ayude a implementar prácticas sostenibles en locales(restaurantes, cafeterías). El objetivo de este taller es que a travez de sus ideas y respuestas nos ayuden a afinar nuestra propuesta y así lograremos que sea de mayor beneficio para ustedes nuestro público objetivo.

Para este taller de co-creación empezaremos con una sección de introducción en la cuál la idea es que nos conozcamos mejor entre todos y nos sintamos un poco más en confianza. Siéntanse libre de responder con sinceridad y sin vergüenza.

Para la segunda parte les explicaremos de que va nuestra idea del proyecto y debartiremos juntos para mejorar la propuesta gracias a sus opiniones.

En la tercera dinámica ustedes diseñaraán su propia idea para solucionar esta problemática , de la manera más creativa que puedan y lo debatiremos en la sesión.

Para finalizar le preguntaremos que incentivos o recompensas les gustaría recibir y concluiremos con una reflexión grupal sobre el taller

Con todo esto en mente, comencemos:

Dinámicas

1. Presentémonos

Cada participante se presenta de la siguiente manera:

- Nombre
- Dónde trabaja y cargo
- E identifiquen y escriban en post-its o bloqueos que suelen enfrentar al intentar ser Sostenibles.

2 Explicar el proyecto

Explica la idea del negocio en palabras simples:

Tenemos como idea brindarles un servicio que los una a expertos en sostenibilidad para ayudarles a ser más ecoamigables, a través de tips o cualquier tipo de ayuda que necesiten en base a su presupuesto y capacidades de su negocio. Eliminando la idea de que las prácticas sostenibles son solo para empresas grandes en Lima Metropolitana.

¿Tienen alguna duda sobre la solución?

¿Qué les parece?

¿Pagarían por una asesoria con expertos? o ¿de qué otra manera les gustaria ser informados?

¿Qué otra solución les gustaría

3 Lluvia de ideas

Plantéa de la manera que más te guste (imagenes, dibujos, texto) tu idea innovadora para resolver el problema de la falta de prácticas sostenibles en restaurantes y cafeterias.

Cierre

4 ¿Qué tipo de incentivos o premios les resultarían más atractivos para considerar la compra de paquetes de asesorías en sostenibilidad para sus restaurantes?

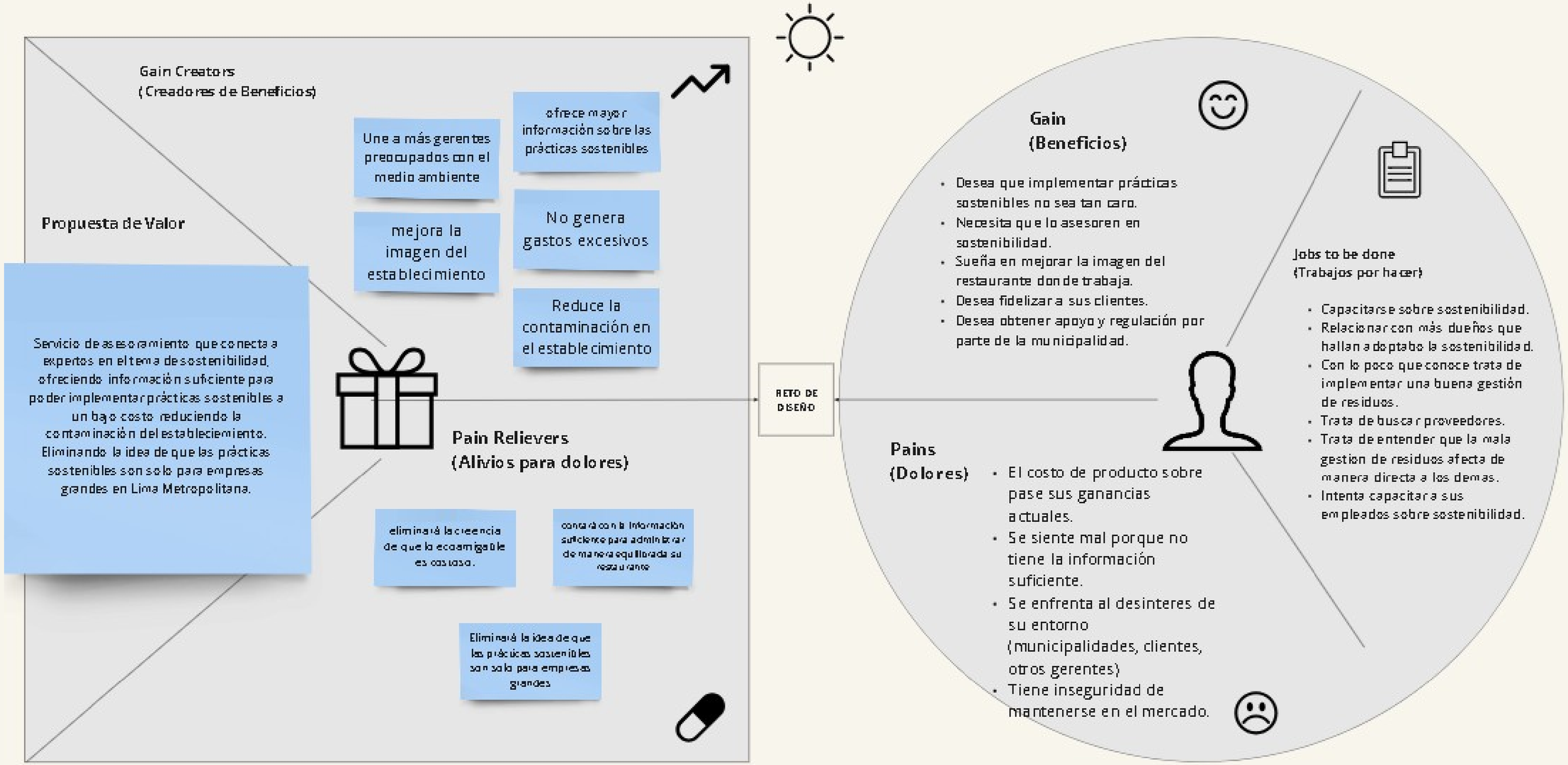
5 ¿ Qué aprendimos?

Reflexión sobre lo aprendido y cómo aplicarlo en la vida cotidiana.

Este taller generativo se llevo acabo el día 5 de Noviembre del 2023 por medio de una video llamada en Zoom. Las dinámicas se realizaron con 3 participantes, dueños de restaurantes y cafeterías interesados en la sostenibilidad.

Semana 9

Lienzo propuesta de valor



Semana 10

Descarga del taller generativo

BIENVENIDOS A NUESTRO TALLER!!

1. Presentémonos

Cada participante se presenta de la siguiente manera:

- Nombre
- Dónde trabaja y cargo
- E identifiquen y escriban en post-its o bloqueos que suelen enfrentar al intentar ser Sostenibles.



2. Explicar el proyecto

Explica la idea del negocio en palabras simples:

Tenemos como idea brindarles un servicio que los una a expertos en sostenibilidad para ayudarles a ser más ecoamigables, a través de tips o cualquier tipo de ayuda que necesiten en base a su presupuesto y capacidades de su negocio. Eliminando la idea de que las prácticas sostenibles son solo para empresas grandes en Lima Metropolitana.

¿Tienen alguna duda sobre la solución?

¿Qué les parece?



¿Pagarían por una asesorioa con expertos? o ¿De qué otra manera les gustaría ser informados?



¿Qué otra solución les gustaría?



3. Lluvia de ideas

Plantéa de la manera que más te guste (imagenes, dibujos, texto) tu idea innovadora para resolver el problema de la falta de práctica sostenibles en restaurantes y cafeterías.



4. ¿Qué tipo de incentivos o premios les resultaría más atractivos para considerar la compra de paquetes de asesorías en sostenibilidad para sus restaurantes?



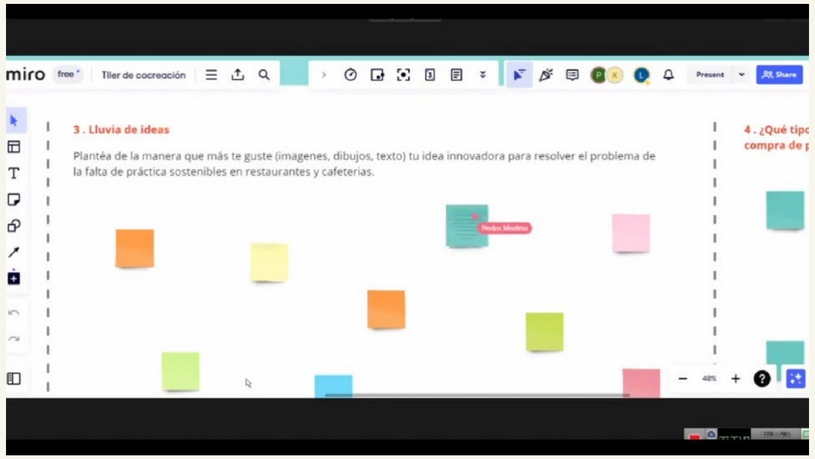
5. ¿Qué aprendimos?

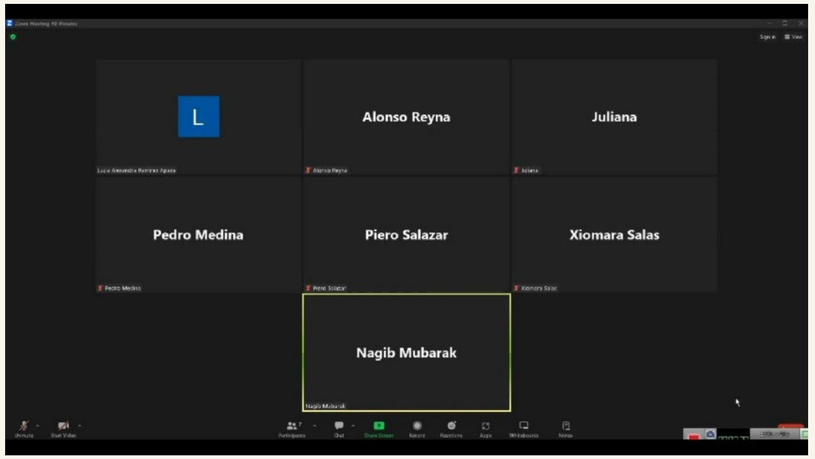
Reflexión sobre lo aprendido y cómo aplicarlo en la vida cotidiana.

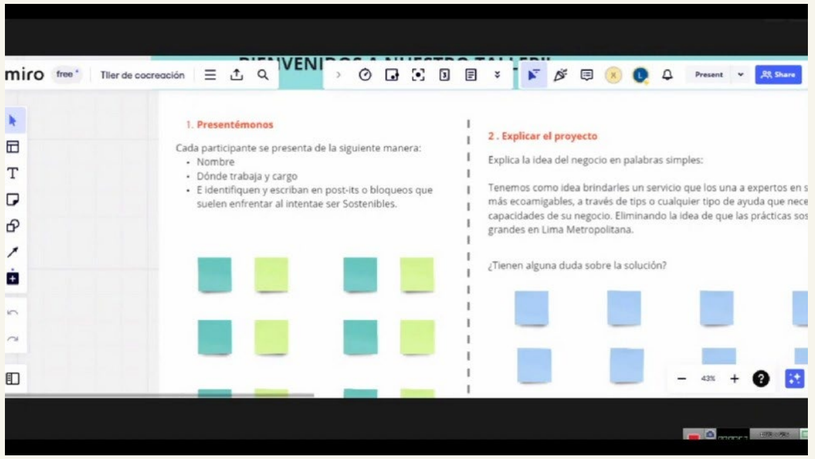


Semana 10

Captura del taller generativo







[Link del taller generativo](https://youtu.be/U8wQduyOVUs)
https://youtu.be/U8wQduyOVUs

Semana 10

Aterrizar solución

Tipo de innovación: INCREMENTAL



Describan en máximo cinco pasos cómo funcionaría esa idea.

1. El proceso comenzaría con una evaluación inicial del restaurante, donde los dueños o gerentes proporcionarían información sobre su establecimiento, incluido el tipo de comida que sirven, el tamaño del restaurante y su presupuesto para sostenibilidad.
2. En función de esta información, se asignaría a un experto en sostenibilidad que se adapte a las necesidades y recursos del restaurante. Estos expertos podrían ser consultores, profesionales del medio ambiente o incluso dueños exitosos de restaurantes con experiencia en sostenibilidad.
3. El experto en sostenibilidad trabajaría en estrecha colaboración con el restaurante para desarrollar estrategias personalizadas que aborden áreas específicas de mejora, como la reducción de residuos, la eficiencia energética o la compra de ingredientes más sostenibles.
4. El restaurante recibiría capacitación y orientación continua para implementar estas estrategias de manera efectiva. Esto podría incluir talleres, materiales educativos y asesoramiento práctico.
5. Se establecería un sistema de seguimiento para medir el progreso y evaluar el impacto de las prácticas sostenibles implementadas. Esto permitiría realizar ajustes y mejoras según sea necesario.

Gracias al taller generativo, obtenemos hallazgos significativos. Por ejemplo, descubrimos que estarían dispuestos a pagar por asesoría, pero prefieren algo personalizado centrado en sus necesidades. Por ello, sugirieron la idea de incorporar paquetes de asesorías de 3 a 6 meses. Además, expresaron interés en un ranking para una competencia saludable y un foro que facilite la ayuda mutua. Aparte gracias a este taller, confirmamos que el medio perfecto para este servicio sería una aplicación. Debido a que, en comparación con las consultorías dirigidas a grandes empresas, nuestra propuesta es más accesible y cercana, representando un avance significativo en el servicio de asesorías para dueños de restaurantes.

METODOLOGÍA TLS THINKING

Desarrollar

Semana 11

Lienzo del modelo de negocio

0. Reto de Diseño: ¿Cuál es el reto que tu modelo de negocio debe resolver? ¿Para qué sirve tu proyecto?

8. Aliados clave

- Expertos en Sostenibilidad
- Desarrolladores de Software
- Propietarios de Restaurante
- Proveedores de Insumos Sostenibles

7. Actividades Clave

- Desarrollo de Software
- Conexión con asesores
- Evaluación Inicial
- Desarrollo de Contenido Educativo

6. Recursos clave

- Material educativo efectivo
- Desarrollo de Software
- Especialistas en Sostenibilidad
- Personal de Atención al Cliente
- Campañas de Marketing y Comunicación
- Análisis de Datos

2. Propuesta de valor

La propuesta consiste en una aplicación que ofrece servicios de asesoría para mejorar la sostenibilidad de restaurantes en Lima Metropolitana. Los usuarios pueden conectarse con asesores expertos, seleccionar paquetes de 3 a 6 meses según sus necesidades y realizar una evaluación inicial. Los asesores desarrollarán planes personalizados para guiar la mejora sostenible semana tras semana. La aplicación incluirá un espacio para comparar progresos y competir entre propietarios, fomentando la mejora continua. También contará con un foro comunitario para preguntas, intercambio de experiencias y aprendizaje colectivo sobre sostenibilidad en la industria gastronómica.

4. Relación con los clientes

- Darles un servicio accesible y amigable.
- Comunicación cercana, respetuosa y sencilla.
- Servicio personalizado.

3. Canales

- Redes sociales (Instagram y TikTok)
- Aplicativo
- Charlas y talleres

1. Segmento de clientes: Arquetipos



- Gerentes, administradores, dueños y trabajadores de restaurantes en Lima Metropolitana.

9. Presupuestos

- Sueldos de los trabajadores y a expertos en sostenibilidad
- Herramientas de software y hardware para la gestión de proyectos, comunicación con clientes y análisis de datos.
- Gastos de viaje
- Costos Legales y de Seguros

5. Fuentes de ingreso

- Paquetes de 3 a 6 meses para asesorias.
- Tarifas por Asesoría Especializada.
- Tarifas Evaluaciones Iniciales.
- Servicio de Mejora Continua.
- Eventos y Webinars.

Semana 12

Identificar a la competencia

	competencia 1	competencia 2	competencia 3	competencia 4	competencia 5
Producto / Servicio	**DoGood**	**Consultoria Carranza**	**JouleBug**	**EcogreenMundo**	**EcoVadis**
Breve descripción	Es una aplicación que busca ayudar a las empresas a poder llegar ser sostenibles, para ellos propone retos diarios para poder cumplir con la "agenda 2030", utilizando unas métricas sostenibles en las empresa para que puedan mejorarlas y conseguir certificaciones sostenibles. La app también ayuda a conseguir rachas y enseñar a sus empleados una forma más sostenible de trabajar, además se comprometen a dar visibilidad a sus proyectos empresariales ya las mejoras sostenibles que implementes en tu empresa.	Es una consultora con un sistema integrado y un staff de profesionales, constituido por expertos nacionales e internacionales de solida trayectoria académica y amplia experiencia laboral, esto les permite proveer ideas y soluciones innovadoras que en conjunto cumplan con las expectativas de sus clientes. Algunos de sus servicios son: Gestion ambiental, Monitoreos, Gestion ocupacional y Capacitaciones, todo centrado en la sostenibilidad en las empresas.	Es una aplicación que se encarga de implementar la sostenibilidad por medio de mini objetivos que van acorde a la empresa. Aparte entre los empleados pueden competir y compartir sus avances con el resto, mediante videos y estadísticas de gasto, consumo , ahorro, etc	Es una lider en consultoria y asesoramiento en sostenibilidad y economía circular, ayudando a organizaciones de todo LATAM creando soluciones a problemas generados por la economía lineal, la ineficiencia en los recursos naturales y en los procesos productivos.	Es una empresa de Paris que proporciona calificaciones de sostenibilidad para empresas, ayudando a evaluar y mejorar el desempeño social y ambiental de la cadena de suministro.
¿En qué se parece a mi solución?	Lo que tienen en común con nuestra aplicación es la idea del ranking para poder motivar a los clientes a mejorar y el facilitarles información sobre prácticas sostenibles.	Da asesorias a porfesionales con la finalidad de que su empresa sea sostenible	Esta aplicación se parece a la nuestra es el caso de que aparte de enseñar de sostenibilidad, también implementa la competencia sana como un incentivo de mejora. Aparte todo los objetivos que se plantean a los empleados son alineados con los objetivos e imagen de la empresa, haciendo algo personalizable.	Se parece en el sentido que también busca ayudara a empresas a poder ser más sostenbiles y da asesorias a estas para poder mejorar ese problema.	Hay similitud en que las empresas interesadas se registran en la plataforma de EcoVadis y EcoVadis brinda comentarios específicos sobre las áreas de fortaleza y las oportunidades de mejora.
¿En qué se diferencia de mi solución?	Algo que los diferencia es la asesoria personalizada que ofrecemos. Todo se va a adaptar al negocio que a comprado el servicio y siempre dispondra del asesor para poder guiar al cliente.	La diferencia con de nuestro servicio con el suyo, sería que nos enfocamos en el rubro de restaurantes de diferentes categorias, es por eso que la asesoria es personalizada. Aparte que no se necesita ser una marca importante o una franquicia para usar nuestro servicio.	Algo que diferencia nuestra app de esta, es que no nos enfocamos en todas las empresas, sino en especificamente en el rubro de restaurantes, aparte las asesorias son interactivas, osea que el cliente podrá conversar con el asesor 1 vez por semana, para poder evaluar si lo que esta realizando es correcto.	Una notable diferencia es la accesibilidad a esta consultora, ya que esta se enfoca más a apoyar a empresas de gran tamaño y capaz para una MYPE no sea rentable, en cambio lo que nosotros buscamos es ayudar a restaurantes de diferentes economías a poder ser sostenbiles.	Nosotros nos centramos en el rubro de restaurantes, damos charlas y capacitamos a gerentes de restaurantes que a la vez pueden juntarse en un foro.

Semana 12

Lienzo del modelo de negocio MSV

0. Reto de Diseño: ¿Cuál es el reto que tu modelo de negocio debe resolver? ¿Para qué sirve tu proyecto?

8. Aliados clave

- Expertos en Sostenibilidad
- Propietarios de Restaurante

7. Actividades Clave

- Tener un experto en sostenibilidad.
- Anunciar un taller sobre sostenibilidad con un precio accesible.
- Distribución del taller.

6. Recursos clave

- Redes sociales
- Plataformas de videoconferencias.
- Laptop o computadora con conexión a internet.

2. Propuesta de valor

EcoMentor: Aplicativo móvil que contará con un catálogo de expertos en sostenibilidad. Podrás contactar a estos expertos y conseguir asesorías en un plan de tiempo determinado. De acuerdo al plan tambien tendras beneficios como entrar a una comunidad para compartir experiencias, etc.

4. Relación con los clientes

- Modelo de negocio orientado al cliente.
- Comunicación cercana, respetuosa y sencilla.
- Servicio personalizado.

3. Canales

- Redes sociales: instagram, linkedln, facebook
- Página web
- Talleres: zoom

1. Segmento de clientes: Arquetipos

- Gerentes, administradores y dueños de restaurantes en Lima Metropolitana.
- Personas interesadas en sostenibilidad.

9. Presupuestos

- Experto en sostenibilidad.

5. Fuentes de ingreso

- Tarifas por Asesoría Especializada.

Semana 13

MVP



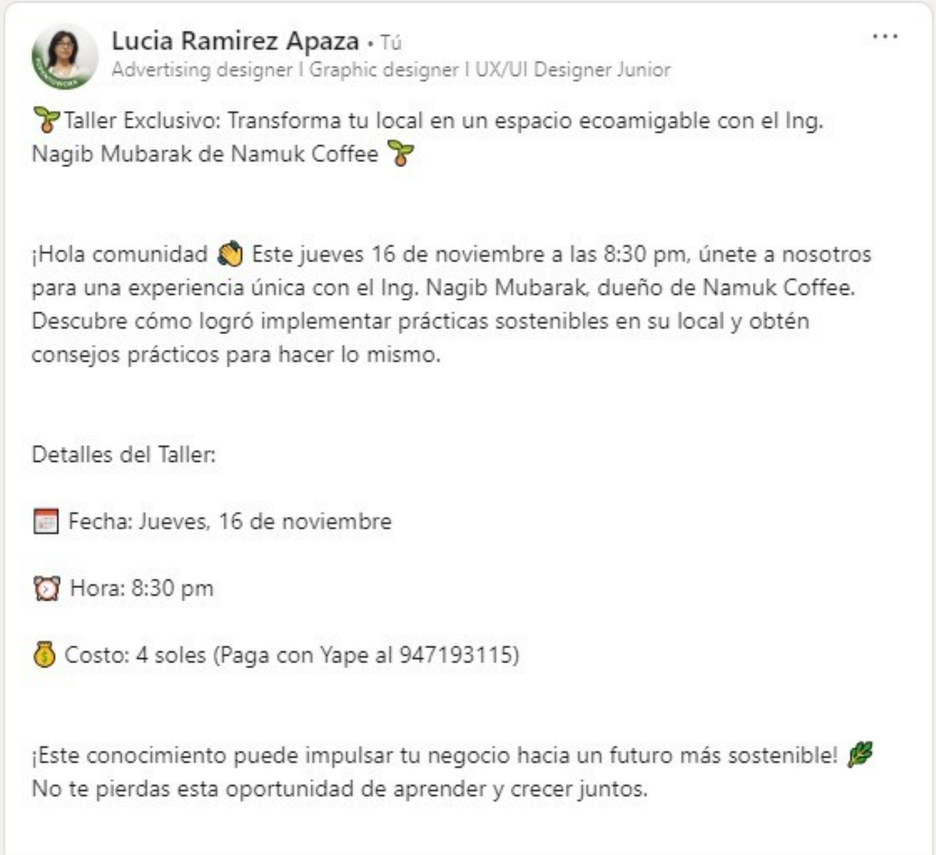
Link de nuestro Taller Exclusivo:

https://youtu.be/ZJiCy-rtqCQ?si=62sKTspMHmGbGUlt

Para la realización del MVP, se llevó a cabo el taller: “Transforma tu local en un espacio ecoamigable” el día 16 de Noviembre del 2023 por medio de una video llamada en la plataforma Meet. El ponente fue Nagib Mubarak, que es ingeniero industrial y CEO de Namuk Coffee. Nagib compartió su experiencia como emprendedor y como ingeniero.

Semana 13

MVP



Lucia Ramirez Apaza • Tú
Advertising designer I Graphic designer I UX/UI Designer Junior

🌱Taller Exclusivo: Transforma tu local en un espacio ecoamigable con el Ing. Nagib Mubarak de Namuk Coffee 🌱

¡Hola comunidad 👏 Este jueves 16 de noviembre a las 8:30 pm, únete a nosotros para una experiencia única con el Ing. Nagib Mubarak, dueño de Namuk Coffee. Descubre cómo logró implementar prácticas sostenibles en su local y obtén consejos prácticos para hacer lo mismo.

Detalles del Taller:

📅 Fecha: Jueves, 16 de noviembre

⏰ Hora: 8:30 pm

💰 Costo: 4 soles (Paga con Yape al 947193115)

¡Este conocimiento puede impulsar tu negocio hacia un futuro más sostenible! 🌿
No te pierdas esta oportunidad de aprender y crecer juntos.

¿Cómo unirte?

📲 Paga tu participación vía Yape al 947193115.

🎟️ ¡Listo! Podrás ingresar al grupo de whatsapp donde te enviaremos los detalles para unirte al taller.

Confirma tu asistencia a este número: 941065959

¡Comparte este post y ayuda a que más personas se sumen a esta experiencia! 🤝💚

¡Nos vemos en el taller! 🌟

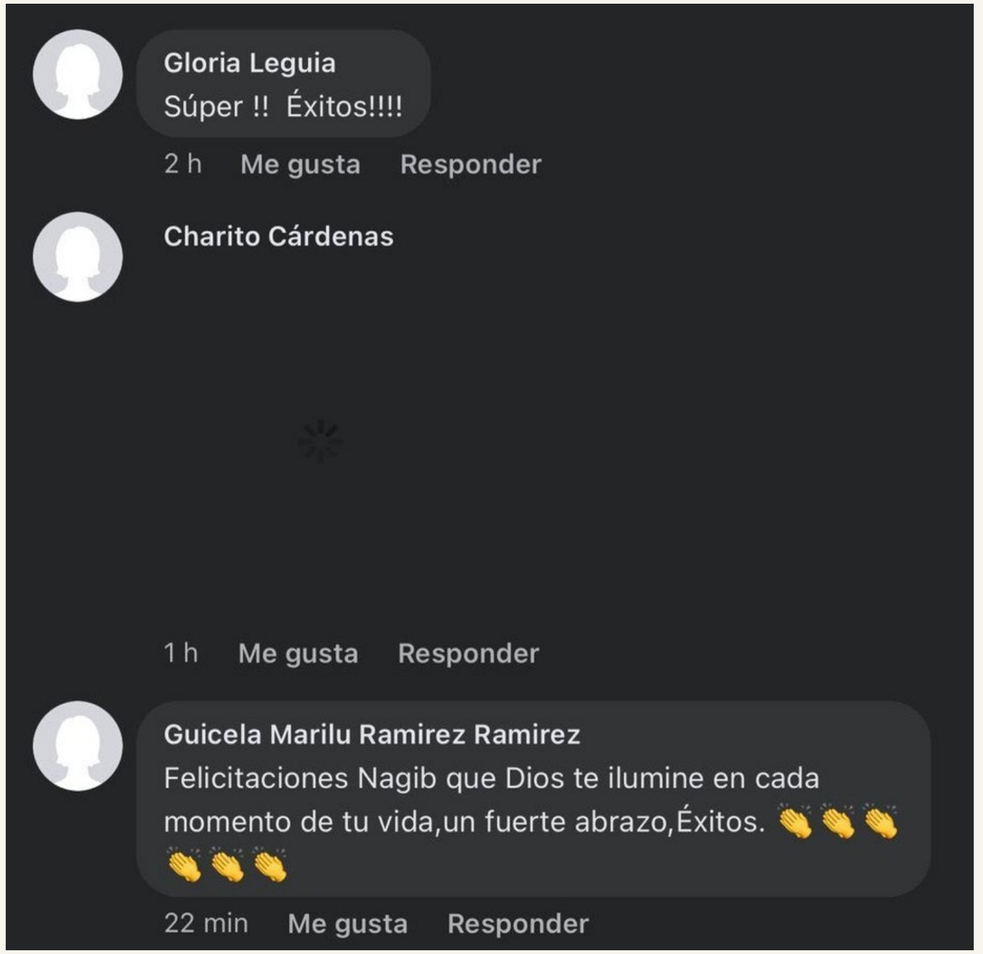
#SostenibilidadEmpresarial #NegocioEcoAmigable #TallerEmpresarial #RestaurantesSostenibles #CafeteríasEcoFriendly #AprendizajeEmpresarial #NamukCoffee #TransformaciónSostenible #EmprendedoresPeru #Restaurantes #Cafeterías #Clientes

Para poder promocionar el taller se usaron las redes de facebook, instagram y linkedin.
En esta diapositiva se muestra el post en LinkedIn.

Semana 13

MVP







Acá se muestran los post subidos a instagram y facebook.

Semana 13

MVP

Algunas capturas de los pagos realizados por los asistentes

Yazmine Arnaiz Cardenas
16 nov. 2023 - 8:22 pm
S/ 4.00

Deybi Kaydin Bastidas Condezo
16 nov. 2023 - 7:12 pm - Taller Piero...
S/ 4.00

Johanna Belen Maravi Gutierrez
16 nov. 2023 - 6:52 pm - conferencia...
S/ 4.00

Andrea Rocio Salazar Zevallos
16 nov. 2023 - 6:51 pm
S/ 12.00

Piero Johel Salazar Zevallos
16 nov. 2023 - 6:16 pm - Taller Nagib...
S/ 4.00



BCP - Reyna Guerrero Braian Alo...
15 nov. 2023 - 9:45 am - Taller
S/ 25.00

Pamela Del Carmen Gonzales Rivera
15 nov. 2023 - 8:51 am
S/ 4.00

Victoria Guzman Cano
15 nov. 2023 - 8:29 am
S/ 4.00

Victoria Guzman Cano
15 nov. 2023 - 8:05 am - pago de tall...
S/ 4.00

Esther Ortiz Atuncar
15 nov. 2023 - 7:52 am
S/ 4.00

Plin - Pedro Martin Medina Rodrig...
14 nov. 2023 - 9:28 pm
S/ 4.00

Victoria Guzman Cano
14 nov. 2023 - 9:21 pm
S/ 16.00

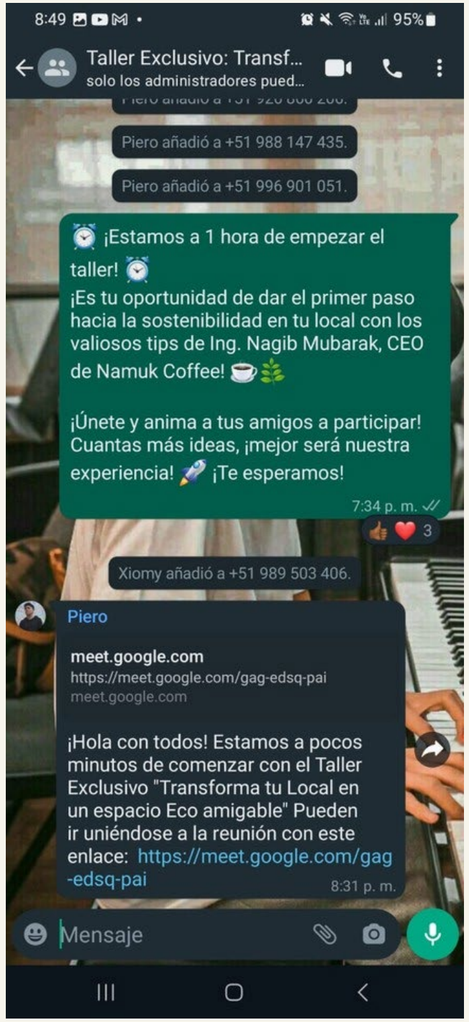
Semana 13

MVP









Después de que los interesados en el taller pagaran los 4 soles, se les incluía en el grupo de WhatsApp. En este grupo, también se compartió el enlace de Google Meet para que todos pudieran acceder a la reunión.

Semana 13

MVP

Introducción a la dinámica:

Se creó un grupo de WhatsApp donde se agregó a los inscritos al taller.

Comenzó el taller a las 8:30. Se saludó a los asistentes y se presentó al ponente.

Dinámica: plantea y diseña una dinámica para tu propia validación, puedes basarte en el ejemplo o utilizar otras dinámicas para la validación con potenciales clientes

El ponente presentó su experiencia desde dos puntos de vista: CEO de Namuk Coffe - Ingeniero Industrial.







El ponente hablo sobre el uso de ingredientes orgánicos en locales, estrategías para reducir desperdicios alimenticios, alternativas de empaquetado y utensilios, etc.

Cierre:

Se realizó una ronda de preguntas, donde participaron algunos asistentes.

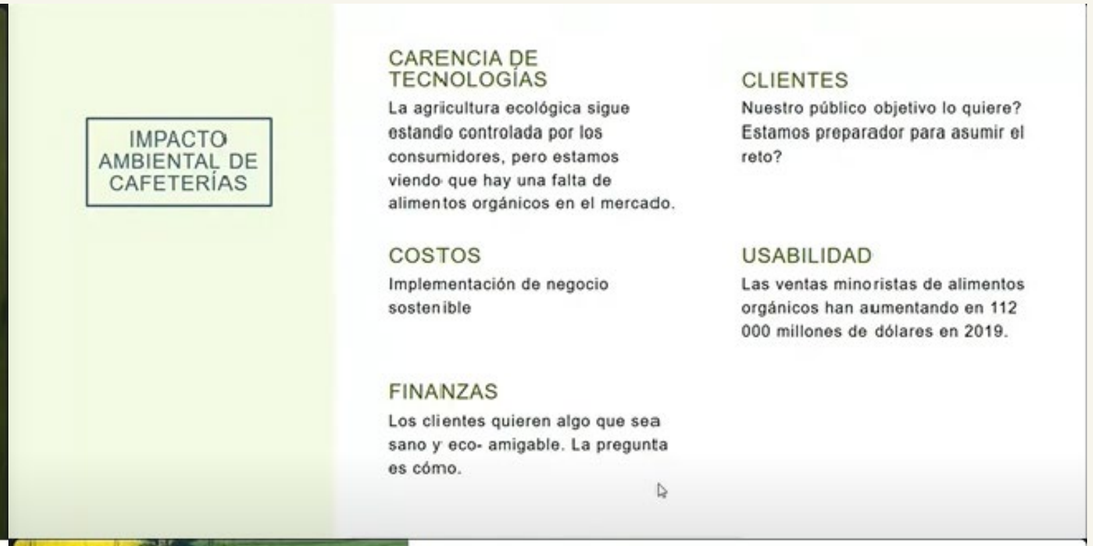
Finalmente se compartió un enlace con un formulario de preguntas sobre su experiencia en el taller.

Semana 13

MVP

Algunas capturas de las diapositivas utilizadas por el ponente







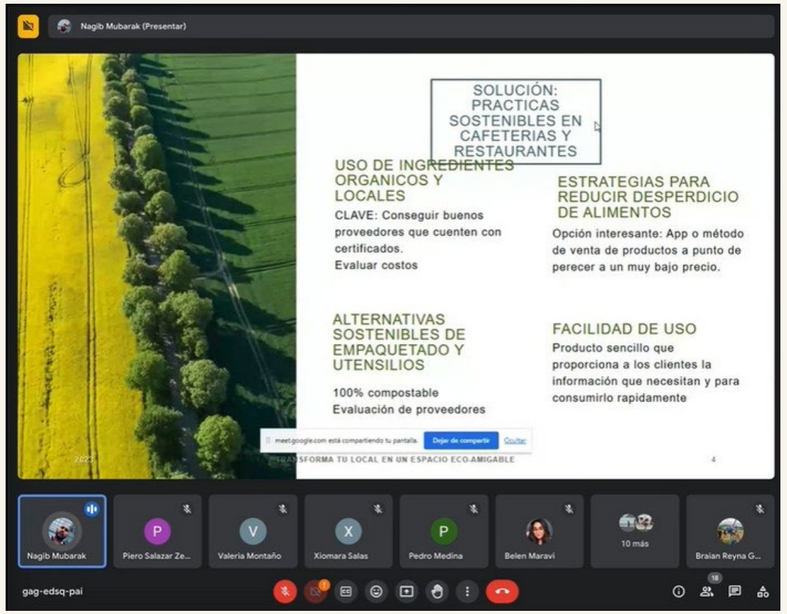


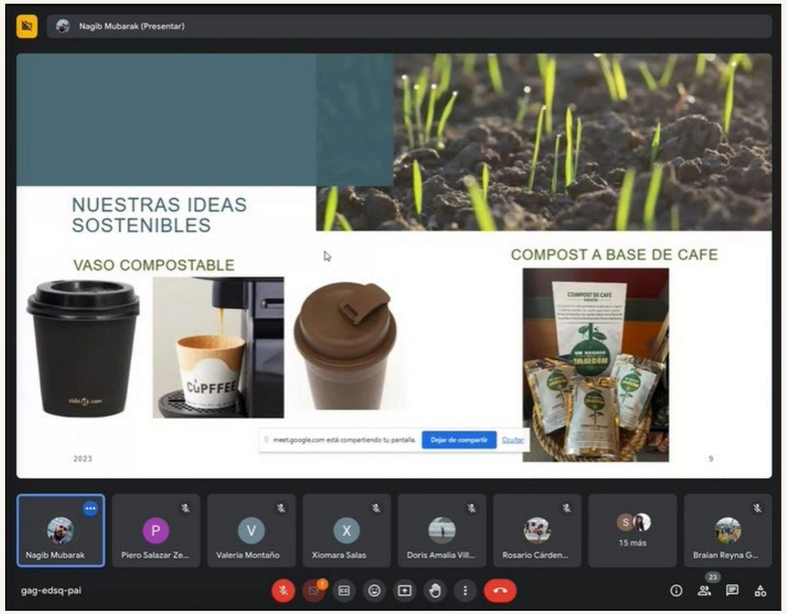
Semana 13

MVP

Algunas capturas del taller realizado como MVP







Semana 13

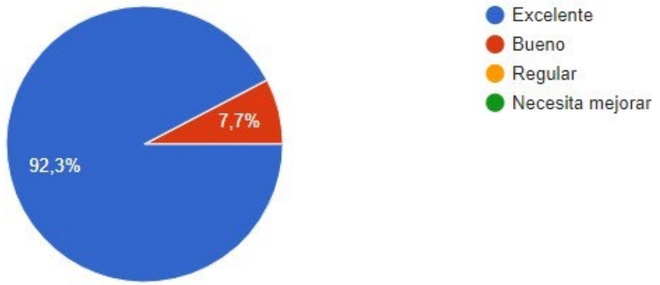
MVP

Resultados de la encuesta

1. ¿Cómo calificarías el taller en general?

Copiar

13 respuestas



2. ¿Qué aspectos del taller fueron más útiles para ti?

13 respuestas

- Los contactos que proporciono el ponente
- Reforzar la importancia de lo ecoamigable
- Sobre costos y áreas para conectar con los clientes
- compos de cafe
- El tema de los empaques biodegradables
- Saber sobre los lugares que compran productos que estan por vencer
- El apostar por la sostenibilidad hoy en día está generando un impacto positivo en los consumidores y captar la atención de clientes potenciales.
- La información brindada desde la experiencia real por parte de un negocio que aplica prácticas sostenibles.

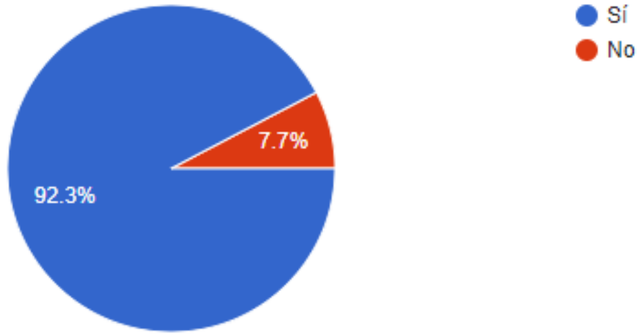
Semana 13

MVP

Resultados de la encuesta

3. ¿Recomendarías este taller a otros?

13 respuestas



4. ¿Qué temas te gustaría ver en futuros talleres?

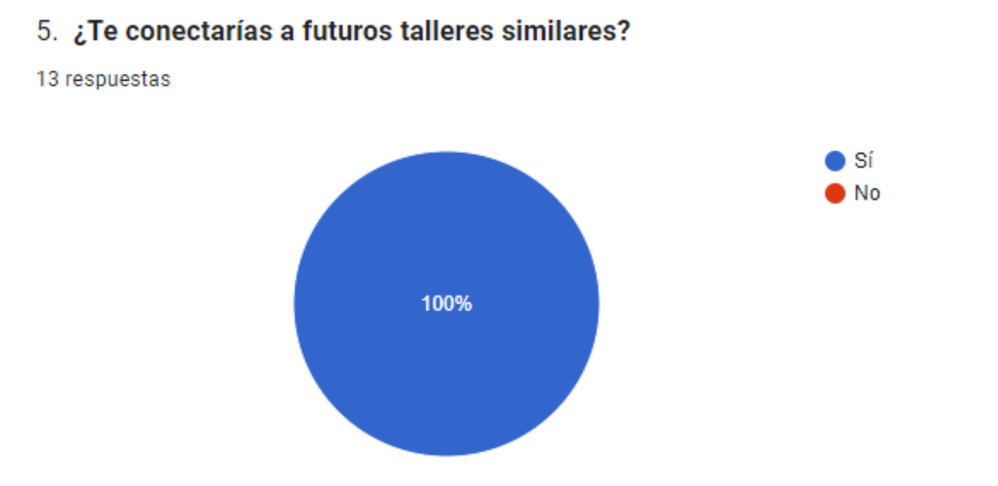
10 respuestas

- Reciclaje de plásticos
- Como convencerte de dar el paso de emprender / Sostenible
- Como iniciar un negocio desde cero
- reciclaje de productos
- Profundizar en el tema económico y legal
- Sobre redes sociales en los emprendimientos
- Continuar con la sostenibilidad
- De qué manera se puede hacer crecer más el negocio manteniendo lo eco amigable
- Como iniciar un negocio de cero ,según el mercado actual el enfoque para llegar una meta.

Semana 13

MVP

Resultados de la encuesta



6. Tienes algún comentario adicional o sugerencias para mejorar el formato del taller

8 respuestas

- Todo muy interesante
- Muy interesante
- los fwlicito por el taller
- Ninguno fue un buen taller
- Más tiempo, pues queda muy corto para tan Interesante tema
- ¡Todo execelente!
- Un pocó más dinámico
- me tomó por sorpresa, por que así nomás no encontré una charla así

Semana 13

Presupuesto

Tabla 1

Recursos destinados a cubrir servicios principales. Por año.

Recursos	Unidad	Costo
Especialista	1	S/. 12.000
Diseñador gráfico	1	S/. 13.800
Google Ads	1	S/. 748
Zoom o Meet	1	S/. 748
Publicista	1	S/. 14.400
Total		S/.41.696

La tabla presentada muestra el presupuesto anual del proyecto.

Tabla 2

Recursos destinados a realizar el MVP.

Recursos	Unidad	Costo
Especialista	1	S/. 100
Diseñador gráfico	1	S/. 0
Google Ads	1	S/. 0
Zoom o Meet	1	S/. 0
Publicista	1	S/. 0
Total		S/.100

La tabla presentada muestra el presupuesto del MVP. Si bien no se invirtió más que en el especialista en sostenibilidad. Hubo un trabajo detrás que involucró a los otros recursos mostrados en la tabla. Los miembros del equipo participaron en la realización de algunos visuales o entregables que fueron utilizados para la difusión del MVP.

Semana 14

Validación

Hipótesis

Realizamos como MVP, un taller exclusivo por el Experto Naigib Mubarak en sostenibilidad y duño de una cafetería, donde llevó acabo el tema de "Transforma tu Local en un Espacio Ecoamigable" y a su vez comparte su experiencia, llegamos a reclutar a más de 23 personas, entre ellas se encontraban dueños, gerentes y administradores entre 28 a 35 años de edad.

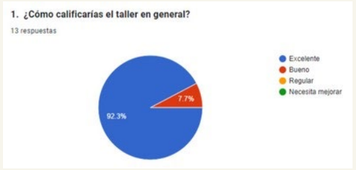
Creamos nuestro flayer con los datos del exponente, hora y fecha, publicitando el taller por redes sociales como Facebook, LinkedIn entre otras y cobrando un costo de S/4.00

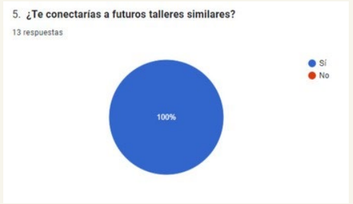
Finalmente para la comprobación y opiniones de las personas que asistieron al taller a través de un formulario nos dejaron sus opiniones acerca de la conferencia y que otros temas les gustaría escuchar para un próximo taller.

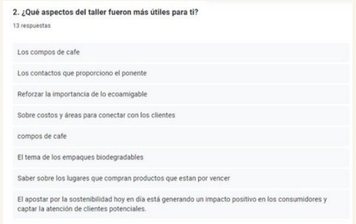
Observaciones

Si bien es cierto logramos el objetivo de reclutar a nuestro público objetivo y a la vez ellos no tuvieron problema en pagar. Así que nos dimos cuenta que pudimos haber cobrado más por lo que no tuvieron problemas en pagar y también a ver publicitado nuestro taller con más anticipación para tener más alcance.

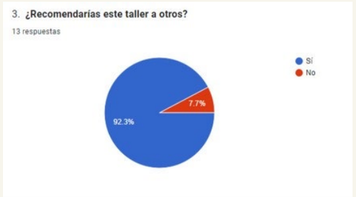
Resultados

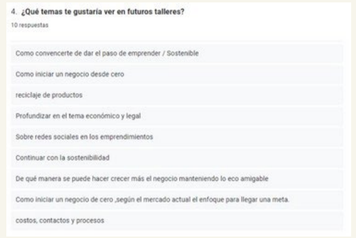












Acciones

Los resultados fueron positivos ya que los usuarios aceptaron pagar para asistir a un taller en donde escucharon tips, experiencias en cómo pueden empezar a implementar prácticas sostenibles en sus locales, se notó el interés y la participación de los usuarios.
Así mismo nosotros como empresa obtuvimos un ganancias.







Link de nuestro Taller Exclusivo: https://youtu.be/ZJiCy-rtqCQ?si=62sKTspMHmGbGUlt

Semana 14

Conclusiones

Se cumplió el reto de diseño y el objetivo de conectar a dueños, gerentes o administradores con expertos en sostenibilidad para la implementación de prácticas sostenibles en restaurantes.

Se concluye que la solución propuesta ha sido considerada prometedora debido al claro interés de los dueños de restaurantes en aprender y mejorar en sostenibilidad.

Luego continuar con la realización de talleres y especialmente, aplicar encuestas posteriores para obtener información valiosa sobre los temas de interés de nuestro público objetivo.

Esto permitirá la creación de talleres más específicos y contribuirá al crecimiento de nuestra visibilidad, para asegurar la ejecución exitosa de futuros talleres.

Link de Miro:

https://miro.com/app/board/uXjVMT9ucSU=/



Gracias