Green Cat

GRUPO 06

Proyecto de Innovation challenge

ARQUITECTURA DE INTERIORES

Implementación de Proyectores Holográficos para reducir la degradación ambiental que genera la publicidad impresa de negocios de comida.

Green Cat



KELI MUÑOZ DE LA CRUZ

Arquitectura de Interiores



MARIA NECIOSUP LOPEZ

Arquitectura de Interiores

INVESTIGACIÓN

ETAPA 01

ODS 12

Producción y
Consumo responsable

ODS 10

Reducción de las
Desigualdades

- **LA PUBLICIDAD IMPRESA** ★★★★ (votaciones)
- REDUCIR LA HUELLA DE CARBONO EN ACTIVIDADES COTIDIANAS ★★★★ (votaciones)
- PRACTICAS SOSTENIBLES EN LOS HOGARES ★★★ (votaciones)
- PROMOVER LA CULTURA DE SEGUNDA MANO ★★★ (votaciones)
- CONCIENTIZAR EL USO DE TRANSPORTE ECOLOGICO ★★ (votaciones)

ODS 12:

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible

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



TEMA A DESARROLLAR:

LA PRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD IMPRESA EN LIMA METROPOLITANA

La Degradación ambiental generada por los negocios de comida de Lima Metropolitana, al utilizar volantes publicitarios.

Mapa del Problema

SEMANA 02

La publicidad impresa va en contra de un modelo de vida sustentable

Los volantes publicitarios se descartan con mucha facilidad

La contaminación visual es agravada por los volantes publicitarios

No existen normas que regulen la producción de publicidad impresa a menor escala



La publicidad digital disminuye los residuos causados por la publicidad impresa

La municipalidad de Miraflores y Barranco toman la delantera en promover la regulación de la contaminación visual

Se crean ordenanzas que regulan la ubicación de elementos de publicidad exterior en Lima

La campaña "Limpia tu ciudad" logró reciclar y recuperar más de 6 mil pies de madera de distintas especies y más 5 metros cuadrados de banners.

¿por qué?

La producción de papel emite gases nocivos al ecosistema

Los volantes pueden no responder a los intereses de quien los recibe

Estar expuesto a publicidad constante puede afectar la calidad de vida de las personas

Las municipalidades se dan cuenta del problema y buscan una solución

Se regula la publicidad exterior y ahora existe multa por incumplimiento

¿por qué?

La producción de un volante involucra uso de tintas no ecologicas

En su mayoría son un objeto inutil para las personas

Los volantes publicitarios desechados alteran la armonía de un lugar

Se regula la contaminación visual

Esta ordenanza abre puertas a leyes sobre problemas similares

¿por qué?

La plantas de celulosa utilizan gran cantidad de monocultivos de árboles

Muchas personas los reciben de forma inconsciente

Se crean protocolos útiles y con fundamentos

MENOS URGENTE DE RESOLVER

No existen normas que regulen la producción de publicidad impresa a menor escala

Los volantes publicitarios se descartan con mucha facilidad

La publicidad impresa va en contra de un modelo de vida sustentable

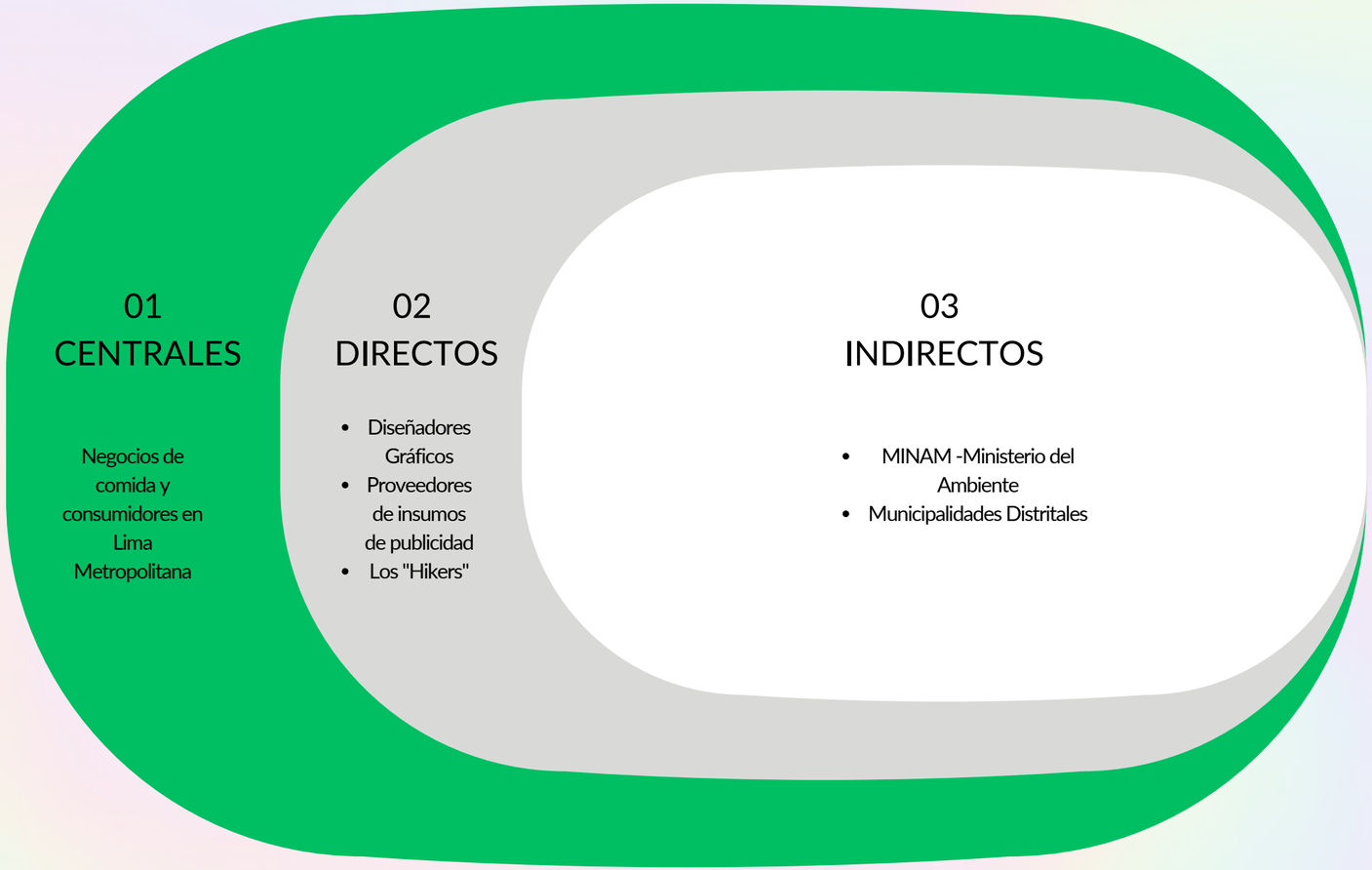
MAS URGENTE DE RESOLVER

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN

Contexto DPESTA - análisis

SEMANA 02

	INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO				OPORTUNIDADES			AMENAZAS	
D	Más de 47 mil Restaurantes funcionan en Lima	Lima Norte cuenta con 11 mil 19 y Lima Este con 10 mil 251 centros de servicio de comida	El 70% de las MYPES usa el medio impreso para anunciar sus productos		Lima Centro es el sector de mayor cantidad de restaurantes, albergando 14 mil 635	Lima Norte cuenta con 11 mil 19 y Lima Este con 10 mil 251 centros de servicio de comida	El 70% de las MYPES usa el medio impreso para anunciar sus productos	En el Perú se generan 21,000 toneladas sólidas de residuos al día y solo 3 de cada 100 peruanos y peruanas reciclan. Esta cifra se ha reducido en un 30 a 40% durante la pandemia.	El 72% de los negocios de comida en el Perú es informal
P	ORDENANZA N° 2348-2021 Que regula los procedimientos administrativos de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior en los distritos de Lima	Ley General del Ambiente			Ley que regula el plastico de un solo uso y los recipientes o envases descartables			Aprueban creación del programa de garantías “Impulso MYPERÚ”	Existen Normatividas Ambientales que deben cumplir las PYMES en el Perú y el mundo
E	En total, se necesita un promedio de S/ 20 mil para implementar un restaurante.	Las pymes peruanas incrementan sus gastos en publicidad digital	Inversión publicitaria en Perú superaría los 630 millones de dólares en 2023	Imprimir un millar de volantes cuesta alrededor de 80 soles	Un mercado peruano amplio para nuevosmetodos publicitarios.	El PBI creció a una tasa promedio anual de 3,8%, presentando periodos de expansión y de recesión		Los costos para que una gran cantidad de personas tengan en su mano la publicidad, se incrementan de forma considerable.	
S	Del total de establecimientos que se inauguran mes a mes, casi un 50% cierra antes de los tres meses pues no existe un conocimiento de como otorgar y administrar un servicio de alimentación.	Quienes inverten en un negocio de la comida lo hacen porque, aunque existan problemas que aquejan a muchas economías, la gente puede dejar de vestirse y de salir, pero no puede dejar de alimentarse.			Del total de establecimientos que se inauguran mes a mes, casi un 50% cierra antes de los tres meses pues no existe un conocimiento de como otorgar y administrar un servicio de alimentación.	Un servicio de primera necesidad, con nuevas oportunidades de crecicimiento.		Volantes,afiches o grafitis pegados en las fachadas de las viviendas y en las avenidas, en postes o en los pisos, sin control administrativo de las autoridades locales y nacionales.Muchas veces no se cuenta con normas jurídicas que permitan administrar y gestionar de manera responsable esta publicidad.	
T	Cambios tecnologicos en la publicidad	Uso de inteligencia Artificial			Un servicio de primera necesidad, con nuevas oportunidades de crecicimiento.			Las personas no estarian dispuestas a adquirir nuevas tecnologias, por no saber de su eficacia y no ser común.	
A	El uso de volantes publicitarios va en contra del modelo de vida sustentable	Los folletos que se reparten en las calles, los periódicos, los afiches publicitarios, los panfletos, las vallas todo este material no tiene ningún otro uso, por lo que se convierte en un agente contaminante	Las tecnicas para crear papel producen gases toxicos al medio ambiente		La empresa Backus recientemente anunció un importante cambio en el material que utilizan en la fabricación de su publicidad impresa.	Los materiales que más se utilizan en la elaboración de publicidad impresa son las tintas injet, tintas que no son 100% ecológicas		Las tecnicas para crear papel producen gases toxicos al medio ambiente	La empresa Backus recientemente anunció un importante cambio en el material que utilizan en la fabricación de su publicidad impresa.


01
CENTRALES
Negocios de comida y consumidores en Lima Metropolitana
02
DIRECTOS
Diseñadores Gráficos
Proveedores de insumos de publicidad
Los "Hikers"
03
INDIRECTOS
MINAM -Ministerio del Ambiente
Municipalidades Distritales

Plan de Investigación

SEMANA 03

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO EMPLEADO	CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA	RECURSOS / MUESTRA
¿Qué tanto conoce el sector creativo a cerca de la degradación ambiental causada por volantes publicitarios y si han recibido alguna vez un volante que han hecho con el?	Encuestas	35 estudiantes o trabajadores del sector creativo.	Google Forms
Conocer las experiencias, conocimiento y opiniones de los consumidores sobre los volantes publicitarios.	Encuestas	25 Consumidores de Restaurantes en Lima Metropolitana	Google Forms
¿Tienen conocimientos de la producción de volantes impresos ? ¿Que tanto puede impactar a su publico general entregarle un volante físico en sus restaurantes?	Encuestas	25 Restaurantes y sus trabajadores que entregan volantes publicitarios en Lima Metropolitana	Google Forms
Conocer su perspectiva del contexto en el que se encuentra respecto al uso de volantes impresos y la degradación ambiental.	Entrevistas	Consumidor que le afecta la degradación ambiental generada por los restaurantes	Google Meet
Conocer las experiencias, conocimiento y opiniones de los trabajos de volantes publicitarios que realizan.	Entrevistas	Trabajador en centro de diseño e imprenta	Zoom / Google Meet
¿En que momento de su día las personas reciben volantes? ¿Qué hacen luego de recibir uno y como perciben un espacio con contaminación visual?	Observaciones	Adultos consumidores en un ambiente con contaminación visual	Observaciones

Guión de Encuestas

SEMANA 03

Consumidor de Restaurantes

1. ¿Cuál es tu rango de Edad?
a) 20 - 29
b)30 - 49
c)50 a más

2. ¿ Recibiste volantes de Restaurantes, que acción realizaste?
a)No lees y lo tiras.
b)Lo lees y lo tiras
c)No lees y lo guardas

3. Del 1 al 5 ¿El volante recibido de los restaurantes cumple con tus expectativas?
a)1
b)2
c)3
d)4
e)5

4. Cuéntame por que tipo de publicidad llegaste a conocer el restaurante que mas frecuentas .

5. ¿Consideras que el uso de volantes como medio de comunicación por parte de los Restaurantes son los adecuados para acercarte a sus productos?

6. Del 1 al 5 ¿ ¿Con cuanta frecuencia observas volantes publicitarios tirados en el suelo ?
a)1
b)2
c)3
d)4
e)5

Trabajador de Restaurantes

1. ¿Durante cuanto tiempo labora en el negocio de comidas?
2. ¿Que función(es) ha realizado?
3. Durante el tiempo laborado ¿Usted ha trabajado con alguna publicidad para su negocio? Mencione cual, en las alternativas
4. ¿Piensa usted que los volantes que se le da al público, logran atraer más ventas en el local que labora?
5. Del 1 al 5. Considerando que 1 es muy importante y 5 nada importante ¿como consideraría de importante la entrega de volante físicos al publico general?
6. ¿Considerarías necesario el uso de publicidad impresa para tu marca?
    - Si tu respuesta es no, define el porque de tu respuesta
7. ¿Cual crees tu, que son los factores de riesgo del material que se usa al fabricar un volante impreso? Marque las opciones que sean necesarias
8. ¿Cada cuanto tiempo logra imprimir publicidad impresa para el lugar donde labora?
9. Usted que opina de contratar a un diseñador gráfico para que pueda manejar la publicidad de su empresa

Guión de Encuestas

SEMANA 03

Sector Creativo

1. ¿Durante cuánto tiempo has laborado en el sector creativo?
2. ¿Que función(es) ha realizado?
3. ¿Has creado un volante publicitario como parte de tu trabajo?
4. Si la respuesta es sí, ¿Cuales son las principales indicaciones del cliente para crear un volante publicitario?
5. Si la respuesta es sí, ¿Cuantos volantes imprime un cliente en promedio?
6. Si la respuesta es sí, ¿Que otros tipos de publicidad impresa solicita un cliente?¿Cada cuanto tiempo logra imprimir publicidad impresa para el lugar donde labora?
7. ¿En tu día a día alguna vez te entregaron un volante publicitario en la calle?
8. ¿Cuántas veces te ocurrio esta situación?
9. Marca todos los lugares donde te ocurrio esta situación.
10. Si recibiste volantes publicitarios ¿Qué hiciste con el?
11. ¿Has visto volantes publicitarios botados en la calle?
12. ¿Cómo te sentiste al ver volantes publicitarios botados en la calle?
13. ¿Has botado volantes publicitarios en la calle?
14. Si has botado volantes publicitarios en la calle, ¿Qué te llevo a hacerlo?
15. Desde tu experiencia, Marca los sectores que consideras utilizan más volantes publicitarios.
16. ¿Desde tu conocimiento, cuál es tu opinión sobre los volantes como herramienta publicitaria?
17. ¿Consideras que los volantes publicitarios provocan degradación ambiental? Explicar porque sí o porque no.
18. Del 1 al 5, considerando que 1 es muy importante y 5 nada importante, ¿Qué tan importante consideras promover alternativas al uso de volantes publicitarios?

Guión de Entrevistas

SEMANA 03

Trabajador de Imprenta

1. Para comenzar, ¿ Me podría decir su nombre, apellido y ocupación?
2. ¿Cuánta experiencia tienes en el área de Diseño?
3. ¿Has trabajado en un centro de imprenta y diseño?
4. ¿Como fue tu proceso de selección para trabajar ahí?
5. ¿Nos contarías tu experiencia trabajando en el centro de imprenta y diseño?
6. ¿Qué opinas de los clientes que atendiste?
7. ¿Cuál era el proceso para imprimir una vez el diseño estaba listo?
8. ¿Los clientes te preguntaban si imprimían con material ecológicos?
9. ¿Según tu experiencia las tintas y el papel que utilizaban era ecológico?
10. ¿Como describirías el piso de imprentas?
11. ¿Según tu experiencia cuanta papelería se imprimía al día?
12. ¿Que ocurría cuando había errores de impresión?
13. ¿Como era estar en contacto con las tintas?
14. ¿Cuales eran los principales rubros que llegaban solicitando servicios?
15. ¿Como te sentías al ver que el material que creabas terminaba en la basura?
16. ¿Cuantos clientes recibías en promedio en un día?
17. ¿Que comentaban tus compañeros del piso de impresiones?
18. ¿Que fomento tu renuncia?
19. Para finalizar, ¿le gustaría añadir algo más que no se haya comentado en la entrevista?

Dueño de Restaurantes

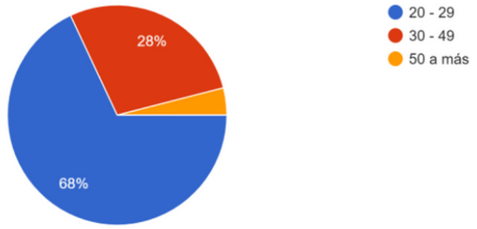
1. Empecemos ¿Cuál es tu nombre? ¿Cuántos años tienes? y ¿A qué te dedicas?
2. Con qué frecuencia sales a comer o en qué ocasiones?
3. Cómo conoces un nuevo establecimiento?
4. ¿Has recibido volantes de restaurantes?
5. ¿Qué es lo que normalmente contienen los volantes que has recibido?
6. ¿Has ido a un restaurante gracias a esta publicidad?¿Qué fue lo que te llamó la atención?
7. ¿Te resulta incómodo recibir volantes en los restaurantes? ¿Por qué?
8. ¿Qué haces con los volantes que recibes?
9. Entre la publicidad digital y la física como en el caso de los volantes ¿Con cuál te quedas y por qué?
10. ¿Has visto otro tipo de publicidad que te llame mucho la atención cuando lo ves?
11. Consideras que los volantes generan degradación ambiental ¿Por qué?
12. ¿Cómo te imaginas la publicidad de estos establecimientos a futuro?
13. ¿Qué esperas de la publicidad en 10 años?
14. Para terminar ¿Qué te gustaría añadir al tema relacionado con la degradación ambiental producida por volantes publicitarios?

GRÁFICO DE ENCUESTAS

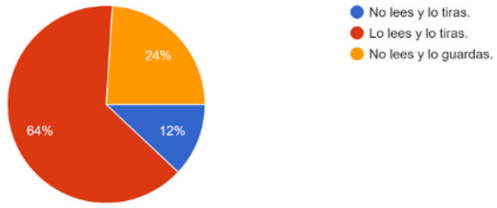
Consumidor de Restaurantes

SEMANA 04

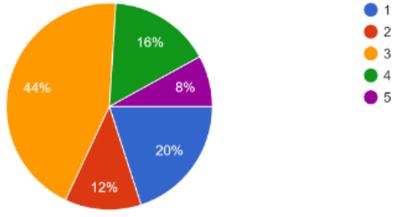
¿Cuál es tu rango de Edad?
25 respuestas



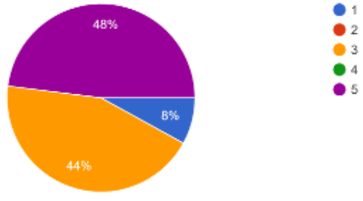
¿Recibiste volantes de Restaurantes, que acción realizaste?
25 respuestas



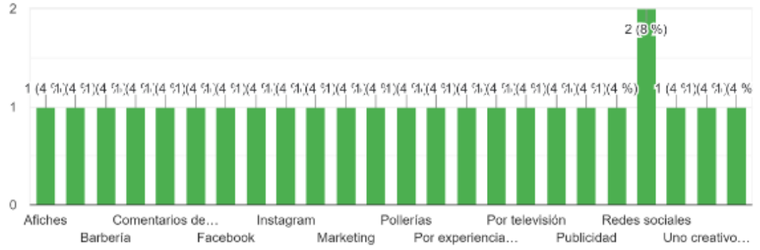
Del 1 al 5 ¿El volante recibido de los restaurantes cumple con tus expectativas?
25 respuestas



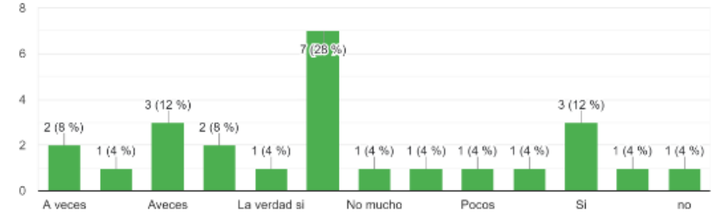
Del 1 al 5 ¿ ¿Con cuanta frecuencia observas volantes publicitarios tirados en el suelo ?
25 respuestas



Cuéntame por que tipo de publicidad llegaste a conocer el restaurante que mas frecuentas .
25 respuestas



¿Los volantes que recibiste, te han sido te utilidad para visitar nuevos restaurantes?
25 respuestas



¿Coméntanos sobre tu experiencia al recibir volantes de Restaurantes,y si lograron conectar contigo y llevarte a buscarlos sus redes sociales o visitar el restaurante?
25 respuestas

No
No lograran conectar conmigo,de hecho sus volantes no captaron mi atención
No me gusta recibir volantes
me genera curisidad y ganas de conocer el lugar
No tomo mucha importancia a los volantes prefiero buscar en las redes sociales
Los recibía y los desechaba
Fue una experiencia muy bonita te dan mucha información tanto en los precios y los platillos
No causaron ese efecto
Incómodo, rara vez me dio la curiosidad de buscarlos en redes sociales.
Usualmente los restaurantes son recomendados por vía facebook
No llegaron a conectar conmigo, por lo general los restaurantes a los cuales asisto son por recomendación de amigos
generalmente los que tienen poco información y tenga él contenido necesario para buscarlo
Yo ya no recibía ningún volante ,por qué podría ubicar desde las redes sociales
Visitar por redes sociales
Aveces
No me interesó la propuesta del volante
Malísima

¿Consideras que el uso de volantes como medio de comunicación por parte de los Restaurantes son los adecuados para acercarte a sus productos?
25 respuestas

No
Si
No, pueden realizar medios digitales
Claro que si
creo que no
No mucho
Sinceramente no
Claro que si creo que para cualquier tienda es fundamental para que la gente se acerque a sus restaurantes
No, ya que con el aumento del uso de redes sociales este medio es ideal para la publicidad
Algunos volantes son llamativos
No, no es la más eficaz
No considero
Me parece que no son lo más adecuados
Aveces
Al parecer no
Por supuesto
Creo que sí
No creo necesario, para eso están los medios virtuales como Facebook
El volanteo publicitario es uno de los métodos de publicidad más reconocidos cuando una empresa está en la búsqueda de promocionar sus productos o servicios.
no
Noo

¿Conoces el impacto ambiental que produce los volantes?
25 respuestas

Contaminación
Si
No
No
si, usan materiales contaminantes y terminan muy rápido en la basura
La contaminación ambiental
no
Claro muchos lo reciben y lo botan bueno fuera en el Tacho de basura por lo menos pero no lo tiran al suelo
Contaminación ambiental y visual
Si, al ser de papel involucra la tala de árboles, por otro lado la basura que provoca.
Contamina el mendio ambiente
La contaminación ambiental y también afecta la calidad de las personas
Dañan el planeta
Si soy consciente de que existe mucha contaminación
Dañan el planeta
Contaminación ambiental
Un poco
Siii

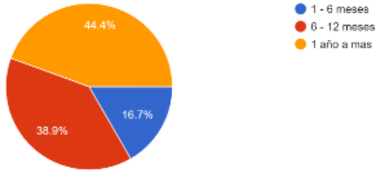
GRÁFICO DE ENCUESTAS

Trabajadores de Restaurantes

SEMANA 04

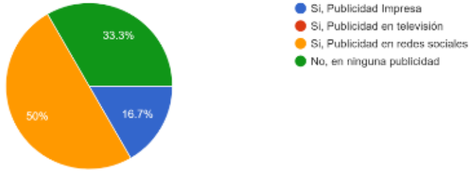
¿Durante cuanto tiempo labora en el negocio de comidas?

25 Respuestas



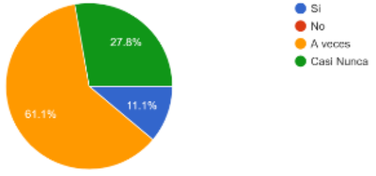
Durante el tiempo laborado ¿Usted ha trabajado con alguna publicidad para su negocio? Mencione cual, en las alternativas

25 Respuestas



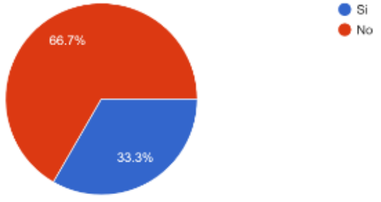
¿Piensa usted que los volantes que se le da al público, logran atraer más ventas en el local que labora?

25 Respuestas



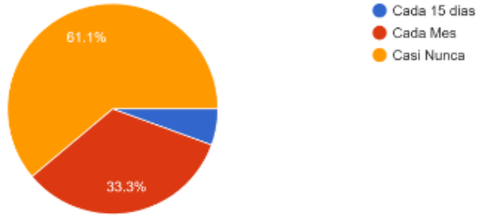
¿Considerarías necesario el uso de publicidad impresa para tu marca?

25 Respuestas



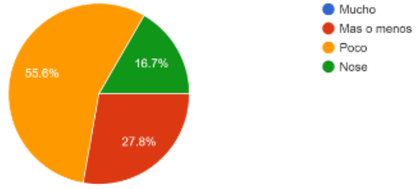
¿Cada cuanto tiempo logra imprimir publicidad impresa para el lugar donde labora?

25 Respuestas



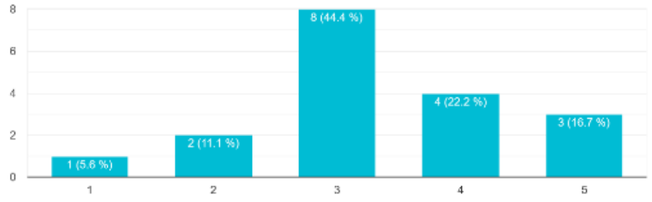
¿Que tanto conoce tu empresa, sobre la degradación ambiental por utilizar volantes publicitarios en Lima metropolitana?

25 Respuestas



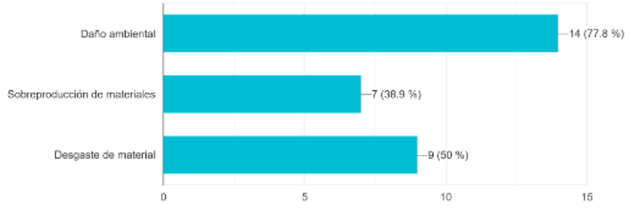
Del 1 al 5. Considerando que 1 es muy importante y 5 nada importante ¿como consideraría de importante la entrega de volante físicos al publico general?

25 Respuestas



¿Cual crees tu, que son los factores de riesgo del material que se usa al fabricar un volante impreso? Marque las opciones que sean necesarias

25 Respuestas



Si tu respuesta es no, define el porque de tu respuesta

25 Respuestas

Fue si
Genera contaminación
Mucho gasto
A veces veia los volantes tirados por algunas calles donde los entregabamos
Es un método antiguo
Muy aburrido
Porque no hay mucho atención del público y a las finales termina botandolos
Porque no atrae mucho público
Hay un gasto innecesario, que podemos invertir en algo más
El público cuando necesita información la busca de manera virtual
Porque es un desperdicio gastar dinero, en algo que no funcione
Se malgasta dinero y material
Se gasta mucho papel y las personas suelen tirarlo

Usted que opina de contratar a un diseñador gráfico para que pueda manejar la publicidad de su empresa

25 Respuestas

No lo creemos necesario, lo hacemos nosotros mismos.
Es importante para llegar a más personas y así generar más ingreso a mi empresa .
Importante para publicidad virtual
Realmente sería algo mejor ya que llega a más público y sin gastar tantos recursos
Mejor
Mejor
Sería una opción factible y muy llevadera para captar al público
Muy importante para una nueva imagen de mi empresa
Buena idea, porque mejoraría la imagen de nuestra empresa
Es muy importante
Pues sería lo más factible y tener más publicidad para poder ser conocidos
Me parece una decision comercial acertada, ya que contribuye a mejorar la imagen de la empresa de manera creativa y clara.
Será una buena elección contratar a un diseñador para poder mejorar la imagen
Positivo, mejor alcance a un grupo de gente sectorizada
Importante
Seria un plus para la empresa
Bien
Ya lo han hecho

ENTREVISTA 01

PERSONA: Carolina Valdez
RELACIÓN: Trabajadora en Imprenta Centro Lima.

SEMANA 04

-Para comenzar, ¿ Me podría decir su nombre, apellido y ocupación?

Mi nombre es Naomi Valdez y soy Diseñadora Gráfica.

-¿Cuánta experiencia tienes en el área de Diseño?

Tengo aproximadamente 6 años diseñando y me dedico al área de publicidad para redes sociales

-¿Has trabajado en un centro de imprenta y diseño?

Trabaje en el CC Centro Lima, donde se brindan servicios de diseño e imprenta.

-¿Como fue tu proceso de selección para trabajar en el CC CENTRO LIMA?

Encontré el empleo por Facebook, la entrevista fue muy breve me mandaron a diseñar una tarjeta de presentación y me dijeron que había quedado.

-¿Nos contarías tu experiencia trabajando en el CC Centro Lima?

Me toco trabajar en una tienda que estaba en el sótano, yo abría la tienda, ordenaba las cosas y esperaba clientes. Diseñaba lo que me pedían según sus gustos.

-¿Qué opinas de los clientes que atendiste en el CC Centro Lima?

Los clientes tenían negocios bastante informales, podían llegar clientes que sabían lo que querían pero la mayoría no sabía la publicidad que su negocio necesitaba.

-¿Cuál era el proceso para imprimir una vez el diseño estaba listo?

El proceso era tedioso, la parte de impresión quedaba en el tercer piso, todo dependía de la cantidad y el material que el cliente solicitaba. Yo tenía que dejar mi puesto de trabajo y subir dejar el archivo y explicarle como lo quería.

-¿Los clientes te preguntaban si imprimían con material ecológicos?

No, solo preguntaba por el material del papel, si era brillante o mate. Si eran curvas o rectangulares.

-¿Según tu experiencia las tintas y el papel que utilizaban era ecológico?

No ahí utilizan de todo, y los clientes no preguntan eso, ellos solo quieren que el producto salga bien.

-¿Como describirías el piso de imprentas?

Un desorden total, todo estaba desordenado, sucio, huele muchísimo a tinta, todo el mundo esta corriendo con paquetes, hay trabajos que se dañan cuando ya están listos, las gigantografías secan en el piso, todo es un caos.

-¿Según tu experiencia cuanta papelería se imprimía al día?

En mi caso siempre imprimían millares lo común era 2 millares con cada cliente y los otros puestos trabajan cantidades similares. Y el papel estaba en la calle tirado porque siempre quedaban retazos y sobrantes.

-¿Que ocurría cuando había errores de impresión?

Cuando se equivocaban o al cliente no le gustaba el acabado, eso se convertía en basura. A veces también material bueno lo dejaban en el piso y como todo estaba sucio se maltrataba y el cliente ya no lo quería.

-¿Como era estar en contacto con las tintas?

Si, incluso yo me llegue a enfermar, el olor es toxico y nadie tiene mascarillas simplemente las personas se acostumbra al olor pero yo nunca llegue a hacerlo. Era mucho peor cuando sacaban gigantografías y la tinta demoraba en secar.

-¿Cuales eran los principales rubros que llegaban solicitando servicios?

Los de comida, siempre buscaban volantes, logos, etiquetas.

-¿Como te sentías al ver que el material que creabas terminaba en la basura?

Horrible, mal de por sí no es un lugar agradable para trabajar todo esta sucio y hay mucha contaminación, ves como botan todo al piso y el olor de las tintas era toxico. En los alrededores también habían muchos retazos y todo esta amontonado.

-¿Cuantos clientes recibías en promedio en un día?

En promedio era 10 clientes todo dependía de la campaña. Y mis compañeros de pasillo recibían similar cantidad.

-¿Que comentaban tus compañeros del piso de impresiones?

Me decían que tenía que estar viva, porque si veían que no sabía mucho no iban a seguir mis indicaciones aunque eso signifique desperdiciar material.

-¿Que fomento tu renuncia?

Me decían que tenía que estar viva, porque si veían que no sabía mucho no seguían mis indicaciones aunque eso signifique desperdiciar material.

-¿Que fomento tu renuncia?

Me enferme primero por el olor, el vapor, la falta de ventilación me ocasiono problemas en los pulmones y crisis de ansiedad. Mi jefe no hizo nada no se preocupo y al notar que no hubo consideración decido terminar el vinculo laboral.

-¿Alguna vez intentaste alguna medida para que el impacto ambiental se reduzca?

No había tiempo, la presión era mucha, me decían que tenía que cerrar la tienda con un numero de ganancias y esos temas de cuidado ambiental no existían.

PERSONA: Brandon Ardile Zuñiga
RELACIÓN: Dueño de Negocio.

ENTREVISTA 02

SEMANA 04

¿Cómo se hizo conocido BUSHIDO?	Nuestra estrategia fue super simple le entregábamos un pequeño obsequio a los consumidores que nos compartían en redes sociales para llegar a los amigos de sus amigos y porque teníamos muy presente el tema de la recomendación.	¿Tienes conocimiento sobre el impacto ambiental que genera la publicidad impresa?	Nuestra estrategia fue super simple le entregábamos un pequeño obsequio a los consumidores que nos compartían en redes sociales para llegar a los amigos de sus amigos y porque teníamos muy presente el tema de la recomendación.	¿Cuál prefieres, la publicidad física y digital?	Creo que ambas son diferentes, cada una tiene una función distinta.
¿Qué tipo de publicidad utilizaste?	Al inicio utilizamos un pequeño lote de volantes y le agregamos descuento ahí, luego redes sociales y la que más nos funciona es la de recomendación boca a boca porque es más directo con el cliente.	¿Volverías a invertir en volantes?	Si fuese algo innovador quizás sí, pero no se me ocurre algo actualmente. Creo que ahora hay mejores maneras de llegar al cliente.	¿Qué es publicidad innovadora para ti?	La publicidad que se usa actualmente en redes sociales, siempre hay algo nuevo y llamativo de dar a conocer la marca y la gente comparte lo que le parece agradable.
¿Sentiste que la inversión en volantes funcionó?	Sentí que era ganancia el solo hecho que alguien vea mi logo o el nombre de mi emprendimiento, lo vi por ese lado más que por el hecho que me genere una venta. Podría ser como una inversión a largo plazo.	¿Tienes experiencia volanteando también?	Si, es incómodo porque muchas veces no lo reciben y te ponen mala cara.		

OBSERVACIÓN 01

SEMANA 04



12:40 pm

En su descanso Alejandra pasea por las calles disfrutando de las áreas verdes mientras camina a su restaurante favorito. Para ella es normal encontrarse con volanteros en su camino



12:50 pm

En el camino a su restaurante favorito se encuentra con más volanteros, algunos los evita recibir y otros los recibe inconsientemente.



1:00 pm

Cerca a su restaurante favorito es donde encuentra la mayor cantidad de volanteros, siempre trabajadores de la competencia.



1:20 pm

Guarda los volantes en su cartera para leerlos más tarde pues algunos le parecen interesantes.



3:00 pm

Despues de almorzar apenas ojea uno de los volantes que guardo durante su recorrido.



6:00 pm

Cerca a su restaurante favorito es donde encuentra la mayor cantidad de volanteros, siempre trabajadores de la competencia.



6:10 pm

Cerca a su restaurante favorito es donde encuentra la mayor cantidad de volanteros, siempre trabajadores de la competencia.

OBSERVACIÓN 02

SEMANA 04



Madeleine debe abandonar su lugar de trabajo y recorrer las calles entregando volantes a posibles consumidores.



En su rutina, hay personas que la ignoran y continuan su camino sin recibir el volante que intenta entregar.



Durante las horas que abandona su puesto de trabajo, no termino de entregar los volantes.



No se le permite retornar a su puesto sin antes repartir todos los volantes, asi que algunas veces termina desechandolos.

ARQUETIPOS

SEMANA 05

Dueño de Negocio de Comida

PERSONA (NOMBRE)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



MARTIN 35 AÑOS

Padre de familia, trabaja haciendo eventos de cumpleaños y vendiendo comida.

Cuando no tiene eventos, hace parrillas para vender, chicharrones de pollo, picarones y mazamorras.

Junto con su esposa, venden postres y él hace el delivery

En su tiempo libre le gusta aprender nuevas recetas y salir con su hija a pasear .

¿Que dice o piensa?

Le preocupa la alza de precios en los productos que utiliza para elaborar sus comidas.

No tener conocimientos sobre la publicidad moderna.

no estar actualizado con las nuevas tendencias digitales para hacerse conocer con más clientes.

La competencia que existe entre negocios de restaurantes que hay hoy día.

COMPORTAMIENTOS

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Es una persona muy trabajadora y siempre ha buscado invertir en negocios de comida.

Está en el rubro desde que era adolescente ya que sus padres tenían un restaurante.

Conoce mucho sobre la cocina y con el tiempo ha aprendido de manera empírica .

Actualmente ha sacado un pequeño local donde lo buscan los fines de semana mayormente para degustar la comida chinchana.

Sabe mucho sobre decoración de locales para fiestas o eventos.

PAINS Y GAINS

¿Que le duele / molesta? (Pains)

Repartir volantes de lo que vende y verlos en el piso.

Pagar por un millar de volantes que no termina de repartir.

No tener oportunidad de cambiar las ofertas o promociones porque ya está impreso.

¿Que quiere o necesita? (Gains)

Ser innovador con la forma de llegar a más personas

Necesita que la publicidad cumpla el objetivo de llamar a más personas a consumirle en su nuevo local.

Actualizarse como hoy en día se maneja la publicidad.

¿CÓMO PODRÍAMOS?/RETO DE DISEÑO

SEMANA 05

¿COMO PODRÍAMOS?

USUARIO / ARQUETIPO	DOLOR O NECESIDAD	INSIGHT	¿COMO PODRÍAMOS?
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar? **Martin Valenzuela 35 años**	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué
• Padre de familia, trabaja haciendo eventos de cumpleaños y vendiendo comida. • En su tiempo libre le gusta aprender nuevas recetas y salir con su hija a pasear . • Cuando no tiene eventos, hace parrillas para vender, chicharrones de pollo, picarones y mazamorras. • Junto con su esposa, venden postres y él hace el delivery	Necesita que la publicidad cumpla el objetivo de llamar a más personas a consumirle en su nuevo local.	En mi negocio de comida esta la inversión de años de trabajo, necesito que mi negocio lo conozcan más personas para asegurar una fuente de ingresos estable que me permita cuidar de mi familia.	¿Como podríamos brindar a los dueños de negocios de comida, herramientas para que su negocio reciba un flujo de clientes constante y que le permita conseguir ganancias para mantener a su familia?

RETO DE DISEÑO

ARQUETIPO		DOLOR / NECESIDAD		INSIGHT
Martin Valenzuela Dueño de Negocio de Comida	+	Necesita sentir y ver que su negocio recibe un flujo constante de consumidores	+	Desea que su negocio sea conocido por más personas y se diferencie de la competencia.

COMO PODRIAMOS

Brindar

acción o intención

a Dueño de negocio de comida

arquetipo

Herramientas para que su negocio reciba un flujo de clientes constante que le permita conseguir ganancias para mantener a su familia

efecto deseado

ARQUETIPOS

SEMANA 05

Ttabajador de Negocio de Comida

PERSONA (NOMBRE)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



MAURICIO 27 AÑOS

Pasa mayor tiempo en el trabajo y en sus estudios continuos.

Joven Independiente, aun cursa sus estudios técnicos

Trata de disminuir la huella ambiental haciendo pequeñas acciones como no botar basura en las calles, cerrar la griferia cuando no la usa y asi mismo economizar gastos.

En su día de descanso, le gusta ir con sus amistades a ferias y Conciertos

¿Que dice o piensa?

Los hábitos en su rubro, tienen que ser más conscientes

Le gusta que los clientes le feliciten y dejen buena propina por su buena atención

Se preocupa por el medio ambiente y come saludablemente

COMPORTAMIENTOS

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

El joven Mauricio, es un trabajador del Restaurante La Goyita, el esta encargado de atención al cliente dándoles un buen servicio, lo hace desde los 18 años.

En sus ratos libres del horario de trabajo, la empresa le manda a volantear promociones del restaurante y ve el problema de cerca; ya que observa indiferencia del publico o no toman importancia a sus volantes, generando que el restaurante no haya tanta aceptación.

Él esta muy interesado en el tema del medio ambiente, quisiera que haya menos desperdicios en las calles y que la Municipalidad del distrito donde labora de información.

El está consciente del problema que están pasando la mayoría de restaurantes con el tema de su publicidad física, ya que el poder hacer una publicidad en redes sociales o más llamativa genera más ingresos.

PAINS Y GAINS

¿Que le duele / molesta? (Pains)

Que por medio de los volantes que se le da a los comensales, no hagan caso o no le tomen importancia

Que la gente aún no tome conciencia sobre la contaminación ambiental, botando papeles a las calles

La indiferencia del publico al no querer recibir volantes

¿Que quiere o necesita? (Gains)

Recibir información y orientación sobre la fabricación y uso de los volantes publicitarios

Poder reutilizar los volantes, desechados en las calles o dismunuir su uso.

Dejar de ser un agente contaminante y contribuir con el cuidado del medio ambiente.

¿CÓMO PODRÍAMOS?/RETO DE DISEÑO

SEMANA 05

¿COMO PODRÍAMOS?

USUARIO / ARQUETIPO	DOLOR O NECESIDAD	INSIGHT	¿COMO PODRÍAMOS?
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué
Mauricio 27 años • Joven Independiente, aun cursa sus estudios técnicos. • En su día de descanso, le gusta ir con sus amistades a ferias y Conciertos. • Pasa mayor tiempo en el trabajo y en sus estudios continuos. • Trata de disminuir la huella ambiental haciendo pequeñas acciones como no botar basura en las calles, cerrar la griferia cuando no la usa y asi mismo economizar gastos.	**Le duele que las personas rechacen los volantes** Le duele el mal trato de las personas a las que les entrega un volante. Le molesta dejar su puesto de trabajo para repartir volantes.	Quiero Dejar de sentir la indiferencia del publico al no querer recibir volantes sobre el restaurante que trabaja.	¿Como podríamos utilizar otro medio de publicidad que sea comoda para los usuarios y para el trabajador de comida. Publidad que no sea invasiva ni contaminante?

RETO DE DISEÑO

ARQUETIPO		DOLOR / NECESIDAD		INSIGHT
Mauricio 27 años Trabajador de Negocio De Comida	+	dejar de sentir la indiferencia del publico al no querer recibir volantes sobre el restaurante que trabaja.	+	Quiere realizar tareas más importantes y sentir que su trabajo es indispensable

COMO PODRIAMOS

valorar el trabajo

acción o intención

Trabajador de Negocio de Comida

arquetipo

utilizar otro tipo de publicidad que sea atractivacon los usuario y sea comoda para todos.

efecto deseado

ARQUETIPOS

SEMANA 05

Consumidor de Negocio de Comida

PERSONA (NOMBRE)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



SEBASTIAN 25 AÑOS

Ingeniero industrial, tiene un emprendiendo de publicidad holográfica, le apasiona la tecnología y se preocupa por el medio ambiente.

Soltero, trabaja con horarios de oficina.

Normalmente conoce nuevos lugares por motivos laborales

Desde hace unos años ya no come en casa por falta de tiempo.

Trabaja en oficina en Jesús María

¿Que dice o piensa?

Muchos de los restaurantes que ha visitado, son por publicidad digital o recomendación.

Los Restaurantes deberían de utilizar otro tipo de publicidad, y reducir el uso de volantes.

Nunca fue a un restaurante por medio de un volante.

Le molesta que le insistan en recibir volantes afuera de establecimientos y se siente mal al rechazarlos.

COMPORTAMIENTOS

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Trabaja en Jesús María, es un lugar donde siempre ve volantes tirados en el piso. Le incomoda ver esa situación.

No recibe ningún volante ,por qué podría ubicar desde las redes sociales

Los volantes atraen poco al publico, ya que al ser un papel es sumamente incomodo llevarlo

Por lo general los restaurantes a los cuales asisto son por recomendación de amigos

La contaminación ambiental, también afecta la calidad de las personas

Claro muchos lo reciben y lo botan bueno fuera del Tacho de basura por lo menos pero no lo tiran al suelo.

PAINS Y GAINS

¿Que le duele / molesta? (Pains)

Claro muchos reciben volantes y al no encontrar tachos, terminan tirados en el suelo.

Que las imprentas suelen usar materiales contaminantes .

Muchos de los volantes no logran conectar conmigo, de hecho sus volantes no captaron mi atención

Que los restaurantes y otras empresas sigan utilizando volantes para su publicidad.

¿Que quiere o necesita? (Gains)

Que los restaurantes busquen otras soluciones para su publicidad o sus campañas.

¿CÓMO PODRÍAMOS?/RETO DE DISEÑO

SEMANA 05

¿COMO PODRÍAMOS?

USUARIO / ARQUETIPO	DOLOR O NECESIDAD	INSIGHT	¿COMO PODRÍAMOS?
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué
Sebastian Napa 25 años • Soltero, trabaja con horarios de oficina. • Ingeniero industrial, tiene un emprendiendo de publicidad holográfica, le apasiona la tecnología y se preocupa por el medio ambiente. • Trabaja en oficina en Jesús María • Desde hace unos años ya no come en casa por falta de tiempo.	**Es constantemente abordado por publicidad impresa.** Siente que al recibir volantes contribuye con la contaminación.	En mi día a día convivir con publicidad se ha vuelto algo normal, lo encuentro en la música, plataformas de vídeo y cuando recibo volantes al transitar por la calle.	¿Como podríamos comunicar a los consumidores negocios de comida en su zona y promociones sin irrumpir su espacio personal o tengan una experiencia incomoda?

RETO DE DISEÑO

ARQUETIPO		DOLOR / NECESIDAD		INSIGHT
Consumidor de Negocio de Comida con Poder Adquisitivo	+	Necesita conocer las promociones de negocios de comida cercanos sin sentir que aporta a la contaminación de su ciudad.	+	Quisiera que la publicidad sea más atractiva y no invada sus actividades diarias.

COMO PODRIAMOS

Ayudar

acción o intención

Consumidor de Negocio de Comida con Poder Adquisitivo

arquetipo

Comunicarle promociones de establecimientos de comida/restaurantes cercanos con un medio no invasivo o contaminante.

efecto deseado

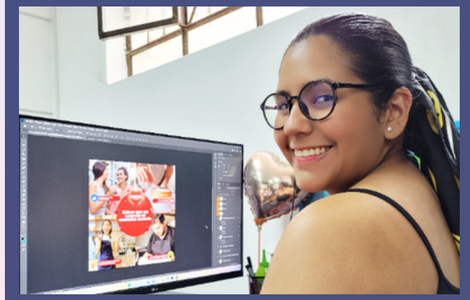
ARQUETIPOS

SEMANA 05

Trabajador de Imprenta

PERSONA (NOMBRE)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



CAROLINA 26 AÑOS

Trabaja en una imprenta de Wilson como diseñadora gráfica

Soltera, egresada de la carrera de diseño grafico.

A menudo colorea mándalas y realiza actividades al aire libre para aliviar su estrés y ansiedad

Le gusta dibujar, tomar fotografía urbana y visitar paisajes naturales

¿Que dice o piensa?

Piensa que su trabajo actual no le permite desarrollar su creatividad

Piensa que los errores de imprenta afectan al medio ambiente

Piensa cada gasto que realiza pues tiene pagos fijos cada mes

Piensa que los volantes que realiza no son útiles y terminan en el suelo

COMPORTAMIENTOS

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Se preocupa por el medio ambiente, por eso participa en actividades de limpieza

Siente que es parte del problema ambiental y esta aprendiendo sobre los procesos nocivos de la imprenta

Ha evaluado la posibilidad de cambiar de trabajo pues esta en contra de la poca responsabilidad ambiental que tiene su actual trabajo

Es una persona muy responsable y puntual, busca cumplir su trabajo de la mejor manera

Cuando ve un volante botado trata de recogerlo y depositarlo en la basura

PAINS Y GAINS

¿Que le duele / molesta? (Pains)

Le molesta que sus clientes le pidan imprimir volantes que no tienen un contenido de valor para el consumidor

Le molesta que los negocios impriman volantes sin tener un objetivo definido

Le molesta los errores de imprenta se conviertan en contaminantes

¿Que quiere o necesita? (Gains)

Quiere que se mejoren los procesos de impresión publicitaria

Quiere que los clientes impriman según las necesidades de su negocio.

Quiere encontrar un trabajo donde pueda expresar mejor su creatividad

¿CÓMO PODRÍAMOS?/RETO DE DISEÑO

SEMANA 05

¿COMO PODRÍAMOS?

USUARIO / ARQUETIPO	DOLOR O NECESIDAD	INSIGHT	¿COMO PODRÍAMOS?
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué
Carolina 26 años • Soltera, egresada de la carrera de diseño grafico. • Le gusta dibujar, tomar fotografía urbana y visitar paisajes naturale. • Trabaja en una imprenta de Wilson como diseñadora gráfica. • A menudo colorea mándalas y realiza actividades al aire libre para aliviar su estrés y ansiedad.	**Le molesta que sus clientes le pidan imprimir volantes que no tienen un contenido de valor para el consumidor.** Le duele encontrar volantes botados en las calles Le molesta que los negocios impriman volantes sin tener un objetivo definido	Quiere sentir que los productos que crea son utiles para los negocios de sus clientes	¿Cómo podríamos llegar de manera no invasiva hacia el consumidor de comida de manera que se cumpla el objetivo de la publicidad?

RETO DE DISEÑO

ARQUETIPO		DOLOR / NECESIDAD		INSIGHT
Carolina 26 años	+	Le molesta que sus clientes le pidan imprimir volantes que no tienen un contenido de valor para el consumidor.	+	Quiere sentir que los productos que crea son utiles para los negocios de sus clientes

COMO PODRIAMOS

crear una oferta publicitaria de alto valor y baja contaminación

acción o intención

Trabajador de Imprenta

arquetipo

que sea útil para sus clientes

efecto deseado

LIENZO, TEMA, PROBLEMA, RETO

SEMANA 05

TEMA

La producción de publicidad impresa en Lima Metropolitana

PROBLEMA

La Degradación ambiental generada por los negocios de comida de Lima Metropolitana, al utilizar volantes publicitarios.

PRINCIPALES HALLAZGOS

- Inversión publicitaria en Perú superaría los 630 millones de dólares en 2023
- El 70% de las MYPES usa el medio impreso para anunciar sus productos
- El 92% de las personas observan que los volantes terminan tirados en el suelo.
- El 64% lee el volante y el 12% no lee, ambos terminan tirados en el suelo,
- El 90% de las personas que asisten a centros de imprenta no pregunta si los inzumos empleados por las imprentas son ecologicós
- Invertir en volantes se convierte más en una pérdida que en una ganancia porque no cumple con el objetivo para el que fue diseñado.
- El uso de volantes publicitarios va en contra del modelo de vida sustentable

ARQUETIPO



Martin Valenzuela
(Dueño de Negocio de Comida)

- Le duele, repartir volantes de lo que vende y verlos en el piso.
- Pagar por un millar de volantes que no termina de repartir.
- No tener oportunidad de cambiar las ofertas o promociones porque ya está impreso.

ARQUETIPO



Mauricio
(Dueño de Negocio de Comida)

- Le duele que las personas rechacen los volantes
- Le duele el mal trato de las personas a las que les entrega un volante.
- Le molesta dejar su puesto de trabajo para repartir volantes.

ARQUETIPO



Sebastian
(Joven consumidor de negocios de comida)

- Le incómoda recibir volantes y los rechaza.
- Le parece que contamina mucho el medio ambiente.
- Considera que es invasiva y no cumple su objetivo.

ARQUETIPO



Carolina
(Trabajador de Imprenta)

- Le molesta que sus clientes le pidan imprimir volantes que no tienen un contenido de valor para el consumidor.
- Le duele encontrar volantes botados en las calles
- Le molesta que los negocios impriman volantes sin tener un objetivo definido

DOLORES (PAINS)

- Necesita que la publicidad cumpla el objetivo de llamar a más personas a consumirle en su nuevo local.

- Recibir información y orientación sobre la fabricación y uso de los volantes publicitarios
- Poder reutilizar los volantes, desechados en las calles

- Que la era digital elimine los volantes o publicidad impresa.
- La tecnología va crear nuevas formas de publicitar.

- Que los clientes impriman material según las necesidades de su negocio.
- Quiere sentir que su trabajo es útil y le sirve a sus clientes.

RETO DE DISEÑO

¿Como podríamos brindar a los dueños de negocios de comida, herramientas para que su negocio reciba un flujo de clientes constante y que le permita conseguir ganancias para mantener a su familia?

¿Como podríamos utilizar otro medio de publicidad que sea comoda para los usuarios y para el trabajador de comida. Publidad que no sea invasiva ni contaminante?

¿Como podríamos comunicar a los consumidores negocios de comida en su zona y promociones sin irrumpir su espacio personal?

¿Cómo podríamos llegar de manera no invasiva hacia el consumidor de comida de manera que se cumpla el objetivo de la publicidad?

IDEAR

ETAPA 02

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

SEMANA 07

PROPUESTA DE VALOR

Una mejor publicidad (que no sea impresa) y que ayude a generar mas ingresos



GAINS CREATORS

- En busca de profesionales para nueva imagen de su marca.
- Herramientas y claves para que su negocio crezca.
- Emprendedores con mayor ingreso económico.
- Menor consumo de volantes en negocios

PAINS RELIEVERS

- Campañas informativas sobre este tipo de contaminación sobre el mal uso de volantes.
- Busca de opciones de reemplazo más accesibles y que sean menos contaminantes sobre la publicidad de volantes.
- Tener una buena estrategia para un buen flujo de consumidores en su negocio.

RETO DE DISEÑO

Martin Valenzuela
Dueño de Negocio de Comida

GAINS

- Ser innovador en su negocio, con la forma de llegar a más personas.
- Necesita que la publicidad cumpla el objetivo de llamar a más personas a consumirle en su nuevo local.
- Que tenga mayor ingreso económico.
- Actualizarse como hoy en día se maneja la publicidad.

PAINS

- Repartir volantes de lo que vende y verlos en el piso.
- Necesita sentir y ver que su negocio recibe un flujo constante de consumidores.
- Pagar por un millar de volantes que no termina de repartir.
- No tener oportunidad de cambiar las ofertas o promociones porque ya está impreso.

JOBS TO BE DONE

- Mejorar su local.
- Supervisar la atención a sus clientes.
- Segmentar su publico objetivo.
- Supervisar la publicidad de su empresa.
- Desea conectarse con el cliente y mejorar su producto.
- Vela por la properidad de su negocio y su familia.
- Poder contribuircon el medio ambiente.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

SEMANA 07

PROPUESTA DE VALOR

- Nuestro producto ofrece a los consumidores con poder adquisitivo una forma de recibir publicidad donde se elimina la interacción física, la generación de residuos y se promueve la información de manera creativa y con valor.



GAINS CREATORS

- Recibir publicidad con la mínima interacción.
- Convivir con publicidad que aporte valor.
- Transitar en un ambiente libre de contaminación

PAINS RELIEVERS

- Sentir que tienen libertad de consumir publicidad o no.
- Sentirse más cómodo al transitar por las calles

RETO DE DISEÑO

Sebastian Napa
Consumidor de Negocio de Comida

GAINS

- Que se respete su tiempo y espacio personal.
- Sentir que puede transitar de forma libre.
- Convivir con publicidad no invasiva.
- Sentir que no contribuye a la contaminación.

PAINS

- Se siente molesta o frustrada cuando los vendedores intentan interrumpir su camino para entregarle un volante..
- Cada que recibe un volante trata de guardarlo y llevarlo a la basura.
- Sentir que al recibir volantes contribuye con la contaminación.,
- Siente que los volantes que recibe son inútiles porque no los lee.

JOBS TO BE DONE

- Trata de eliminar la publicidad invasiva de su rutina diaria.
- Revisa promociones de restaurantes en redes sociales.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

SEMANA 07

PROPUESTA DE VALOR

- Utilizar un nuevo medio de Publicidad



GAINS CREATORS

- El no poder contribuir con el medio ambiente.
- Trabajar con otro tipo de publicidad que no sea impresa ni invasida con los usuarios.
- Que las personas sean amables al recibir los volantes impresos.

PAINS RELIEVERS

- Se evita el estrés de no ser valorado en su trabajo.
- Siente que puede contribuir con el medio ambiente.

RETO DE DISEÑO

Mauricio
Trabajador de Negocio de Comida

GAINS

- No generar contaminación con la publicidad que le toca repartir/brindar.
- Poder cumplir su función sin ninguna incomodidad.
- Ofrecer un servicio innovador al público.
- Orientación para llegar al cliente de manera correcta con la información del volante.
- Ser tratado con respeto y amabilidad.

JOBS TO BE DONE

- Ser creativo e innovador.
- Comunicar de manera consciente y eficiente al público.

PAINS

- Frustración cuando ve que tirar al piso los volantes entregados.
- Rechazo por parte del público al no recibirle el volante.
- Incomodidad por el trato que recibe en la calle al repartir volantes.
- Ansiedad de no poder repartir la cantidad asigna.
- Doble trabajo cuando tiene que recoger los volantes del piso del establecimiento.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

SEMANA 07

PROPUESTA DE VALOR

Utilizar un nuevo medio de Publicidad



GAINS CREATORS

- Que los clientes esten seguros de la información brindada en los volantes, para no generar despercios al moemnto de hacer

PAINS RELIEVERS

- Ser parte de una compañia que utilice otro tipo de publicidad que no genere tanto desperdicio.

RETO DE DISEÑO

Carolina
Trabajadora de imprenta

GAINS

- Que sus clientes cumplan con las cláusulas de la cantidad de correciones.
- Quiere que le suban el sueldo por las horas extras hechas en casa.
- Que la gente comience a tomar conciencia sobre los desechos en las calles.

PAINS

- Sus clientes le pidan imprimir volantes que no tienen un contenido de valor para el consumidor.
- Encontrar volantes botados en lugares publicos.
- Los negocios impriman volantes sin tener un objetivo definido.
- Errores de imprenta que luego se conviertan en contaminantes.

JOBS TO BE DONE

- Realizar los diseños pendientes para los volante.
- Mejorar la calidad de sus diseños.
- Cumplir con los entregas pendientes.
- Realizar las correcciones de último momento enviado por los clientes,

LIENZO FINAL DE LA PROPUESTA DE VALOR

SEMANA 08

PROPUESTA DE VALOR

Proyectores Holograficos.

PV
Publicidad sin invadir tu espacio personal.



GAINS CREATORS

Podrán generar **mayores ingresos económicos**

Tendrán información de marketing e innovación, sin **perjudicar el medio ambiente**

Ser **diferencial** de otros negocios

Tendrán una publicidad llamativa de acuerdo al servicio

Evitar el uso de materiales daniños al medio ambiente en su publicidad

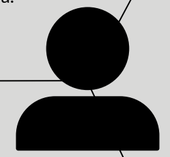
PAINS RELIEVERS

Se generará **implementación de publicidad** para captar la atención de clientes.

Se concentrará en hacer un buen trabajo y **mejorar continuamente** en su negocio,

Identificar la razón del rechazo, para que en un futuro pueda ser tu mayor ganancia.

RETO DE DISEÑO



GAINS

- Que sus clientes vean un negocio moderno
- Sentir que puede transitar libremente sin ser abordado.
- Que sus clientes vean un negocio moderno
- Conocer nuevas opciones de restaurantes en su zona.
- Destacar su negocio de la competencia.
- Sentir que se respeta su espacio personal.
- Recibir orientación para mejorar su publicidad.
- Sentir que no contribuye a la contaminación.
- Aumentar su clientela.

PAINS

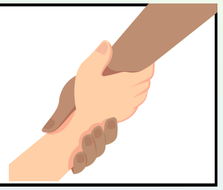
- Se siente frustrado porque su negocio no recibe nuevos clientes.
- Se siente preocupado por la competencia.
- Sus potenciales clientes rechazan los volantes que usa para publicitar su negocio.
- Tiene dificultad para encontrar negocios de comida cerca a su zona.
- Es constantemente abordado por publicidad sea digital o impresa

JOBS TO BE DONE

- Intenta que su negocio sea más conocido.
- Se capacita para administrar mejor su negocio
- Se encuentra buscando nuevas opciones de restaurantes en su zona.
- Trata de eliminar la publicidad invasiva de su rutina diaria.
- Vela por la properidad de su negocio y su familia
- Trata de eliminar la publicidad invasiva de su rutina diaria.

PROTOTIPO FINAL

AYUDAR a que los dueños de negocios de comida logren estabilidad economica de sus negocios.

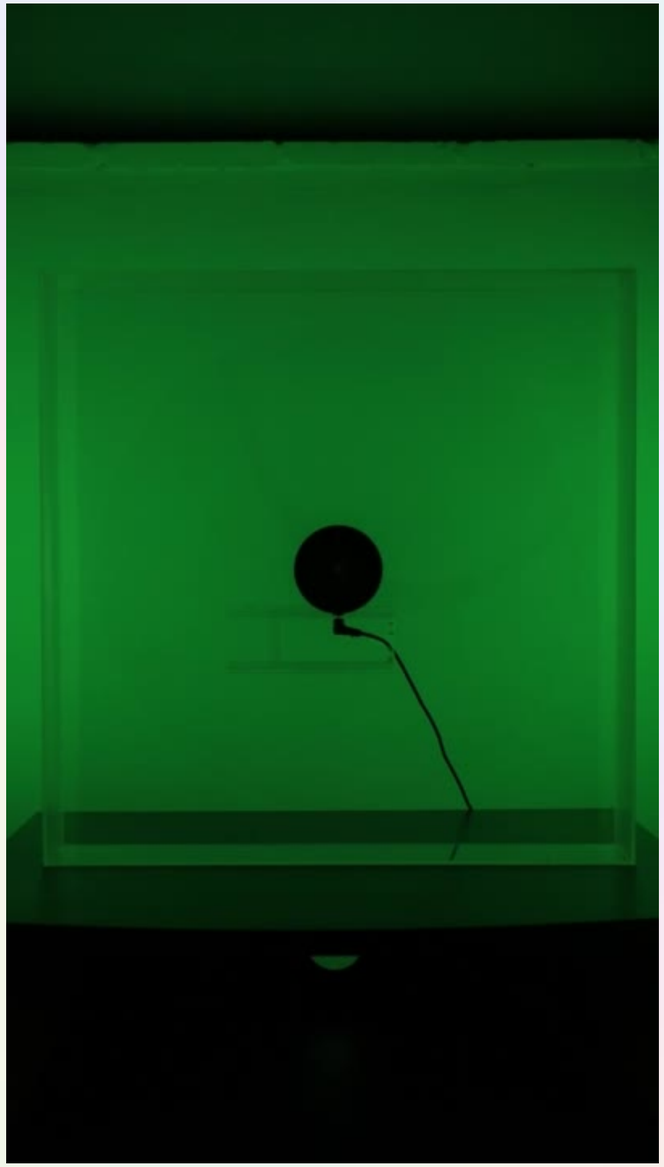


FACILITAR el acceso a herramientas publicitarias sostenibles para pequeños y grandes negocios.



PROMOVER practicas sostenibles de publicidad que puedan adoptar pequeños y grandes negocios.









IDEACIÓN: Lluvia de Ideas

SEMANA 09

App gratis, para promocionar ventas de los servicios de comida

Intercambiar la publicidad impresa, por medio digital

Letreros Digitales de propaganda publicitaria

Generar charlas de información con ideas nuevas de implementación de como generar más ingresos.

App que da alertas de publicidad digital de nuevos restaurantes y ofertas.

Crear herramientas de marketing para la gestión de redes sociales del emprendimiento

Proyectores Holograficos

Beneficios sobre emprendimiento sostenible en publicidad tradicional.



Programas de reutilización de publicidad impresa.

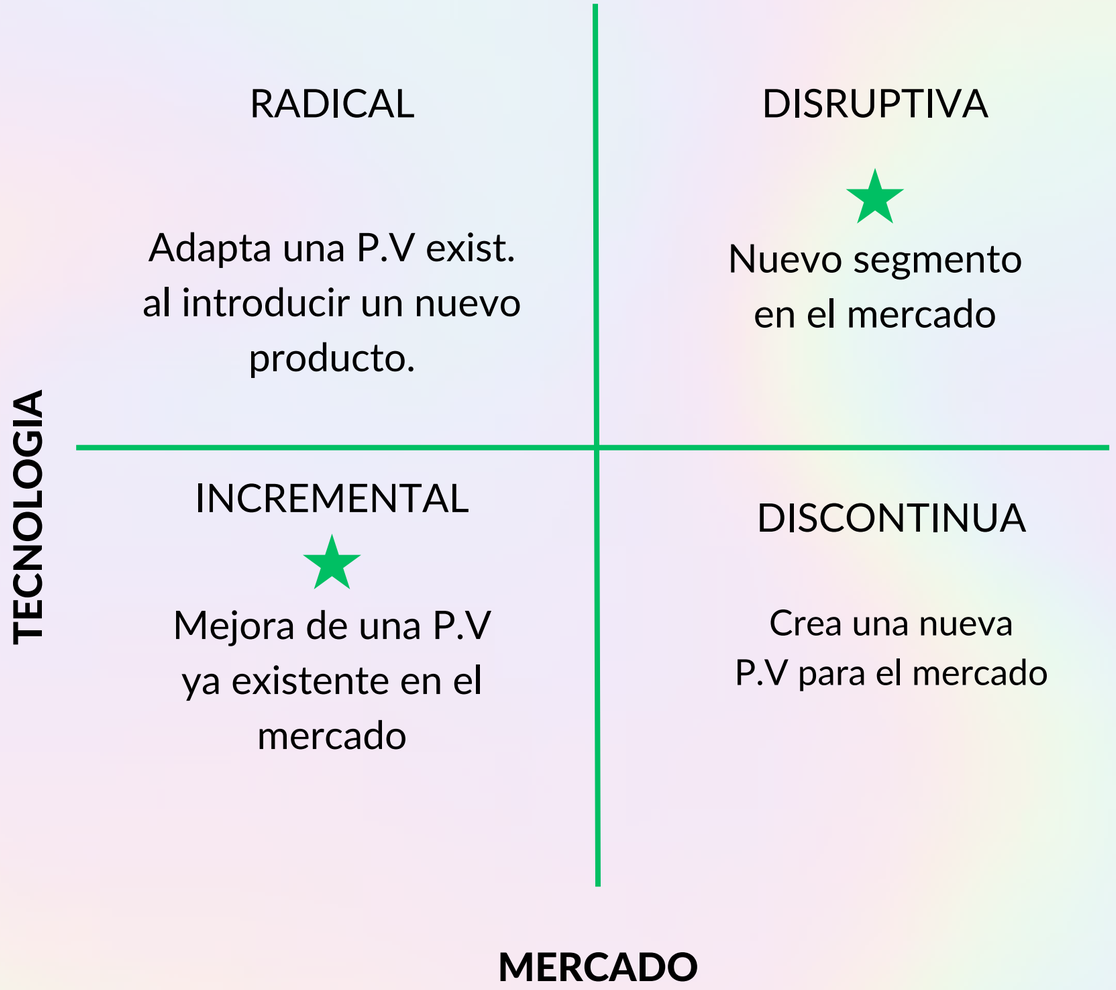
Anuncios publicitarios, realizados con material reciclado

Crear un app anulando la publicidad tradicional, dando alerta de mejores precios en los negocios de comida de Lima Metropolitana

Convenios con empresas, para crecer emprendimientos de Lima Metropolitana dando créditos sin intereses.

¿QUE IDEAS NOS AYUDARIAN A MEJORAR LA PUBLICIDAD EN NEGOCIOS DE COMIDA DE LIMA METROPOLITANA?

TIPOS DE INNOVACIÓN



Taller Generativo

OBJETIVO DEL TALLER 01

- Conocer las opiniones, sugerencias y nuevas ideas de nuestros arquetipos (Dueños de Restaurantes) que ayuden a aportar mejoras a la solución de nuestro proyecto de investigación.

ODS 12

Producción y Consumo responsable

ODS 10

Reducción de las Desigualdades

Dinámica: ¡Vamos a conocernos! 02

1. Escribe tu nombre dando doble click en el post it verde
2. Después escribe en el post it azul cual es tu medio de publicidad que usas para promover tu negocio.
3. Después pegar una imagen referencia del tipo de negocio de comida eres dueño.
4. Cuando todos hayan terminado de escribir en sus post- its, comparte el por qué de las post it azul

katy Diaz (Administradora)	Volantes y publicidad por Internet	
Fernando Cabreras (Cocinero)	Volantes	
Joel Paredes (Dueño de Restaurante)	Volantes y publicidad por Internet	
Micaela Yangali (Cocinera)	Volantes y publicidad por Internet	
Brayan Taboada (Dueño de Restaurantes)	Volantes	

Dínamica 02

03

Objetivos

Reducción:
Del uso de volantes impresos para publicidad de negocios de comida.
Promoción:
De nuevos métodos de publicidad de menor impacto y efectivas.

"HOLOGREEN"
Proyectores(Ventiladores) Holograficos como medio publicitario.

BENEFICIARIOS
-Dueños de Negocios de Comida y emprendimientos.
-Diseñadores 2D y 3D
- Entidades publicas y privadas.

BENEFICIOS
-Captación de nuevos clientes.
-Reducir el uso de volantes impresos.
-Publicidad mas atractiva y sostenible.

Storytelling

04

Desarrollo de Storytelling

Haz que el equipo cuente una historia con relación a tu servicio

Soy el dueño de mi negocio y suelo repartir volantes pero muchos de los volantes terminan en el suelo.

Trato de no utilizar volantes, con ayuda de la publicidad digital.

Suelo utilizar volantes como medio de publicidad, suele traerme algunos clientes.

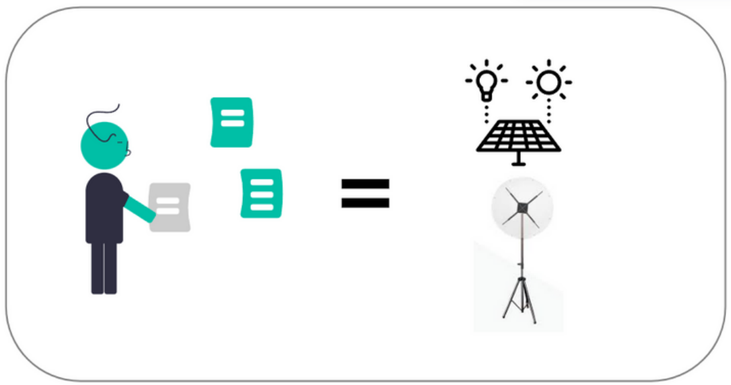
Durante el año eh estado utilizando volantes 3 veces, y suelo repartir en los parques.

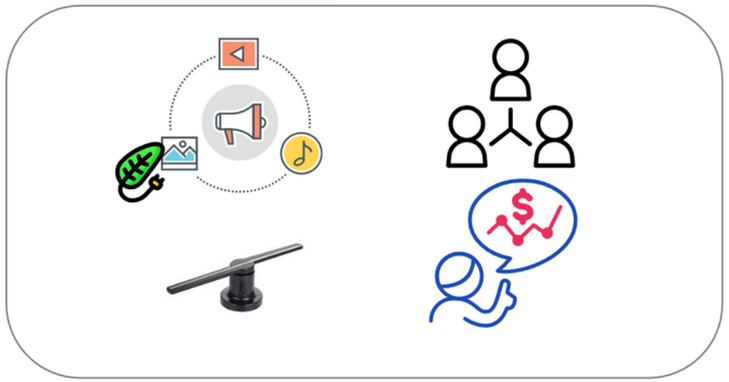
Suelo utilizar volantes, cada vez que cambio de promoción o no tengo ventas, aveces me sobran volantes pero ya no pueden ser modificados los textos.

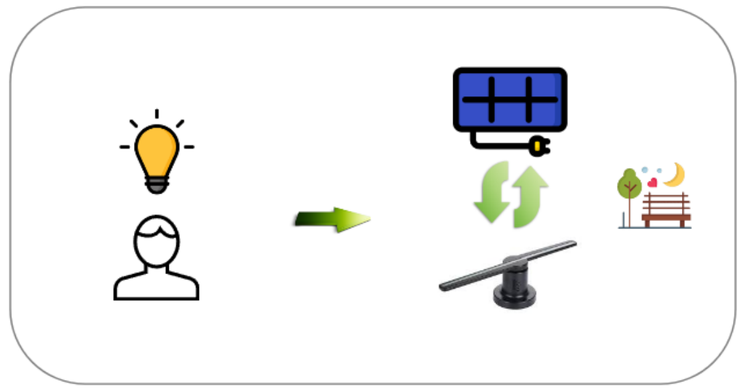
No me gusta usar volantes por que no se puede hacer correcciones una vez ya impreso.

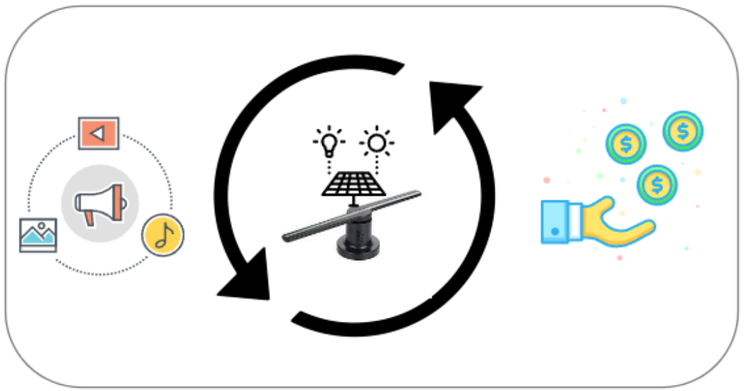
Collage 05

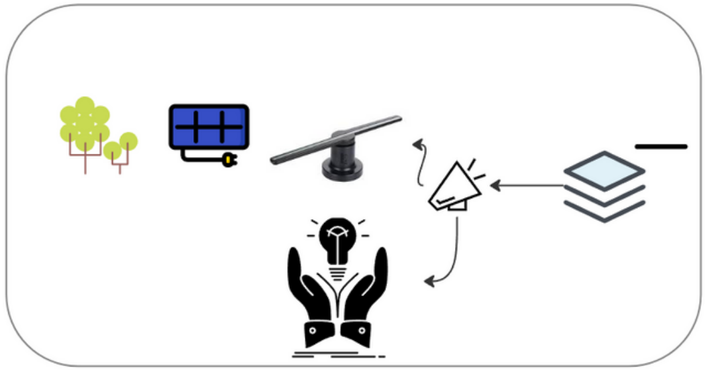
Haz que el equipo construya con imágenes el servicio que les haz explicado











Collage

06

Vamos a recoger todo lo vivido en este taller en una palabra.
Escríbela y luego la diremos en voz alta.

katy Diaz
Sostenible
Diferente

Fernando Cabreras
Llamativo
Ecoamigable

Joel Paredes
Menor impacto Ambiental
Ecologico

Micaela Yangali
Moderno
Eficaz

Brayan Taboada
Tecnologia
Actualización

Sistematizar la información 07

Para esta sesión de taller generativo, nos enfocamos en obtener información y escuchar las opiniones acerca de nuestra propuesta de promover el uso de Proyectores holograficos como medio Publicitario.

5 personas con negocios en **Sector Alimenticio**

- En el restaurante siempre busco tener mas clientes, es por ello que suelo buscar medios publicitarios
- Acabo de comenzar mi negocio y el medio que mas utilice para promover mi negocio fue publicidad pagada por redes sociales..
- Tengo mi brosteria, no suelo usar publicidad, ya que considero que es costoso, y no capta tanto clientes como espero
- Utilizo bastante los volantes impresos para promover las nuevas promociones en mi polleria.
- En mi chifa usamos volantes impresos afuera del local para atraer mas clientes.

Descubrimientos en grupo

- Existen otros medios publicitarios, aparte de los medios tradicionales.
- Es importante definir nuestras necesidades en el uso publicitario.
- Conocimos un nuevo medio publicitario mas amigable con el medio ambiente.
- Se puede contribuir con el medio ambiente, utilizando mejor los recursos.
- Siempre estar actualizado e informado en los nuevos métodos de publicidad que contribuyan con el medio ambiente.

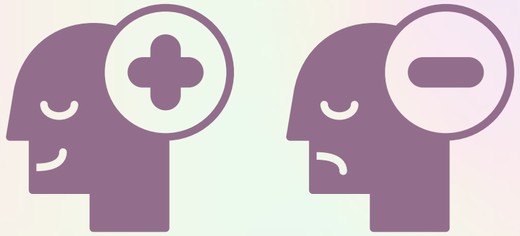
Resultados de Nuestra Explicación de Propuesta

07

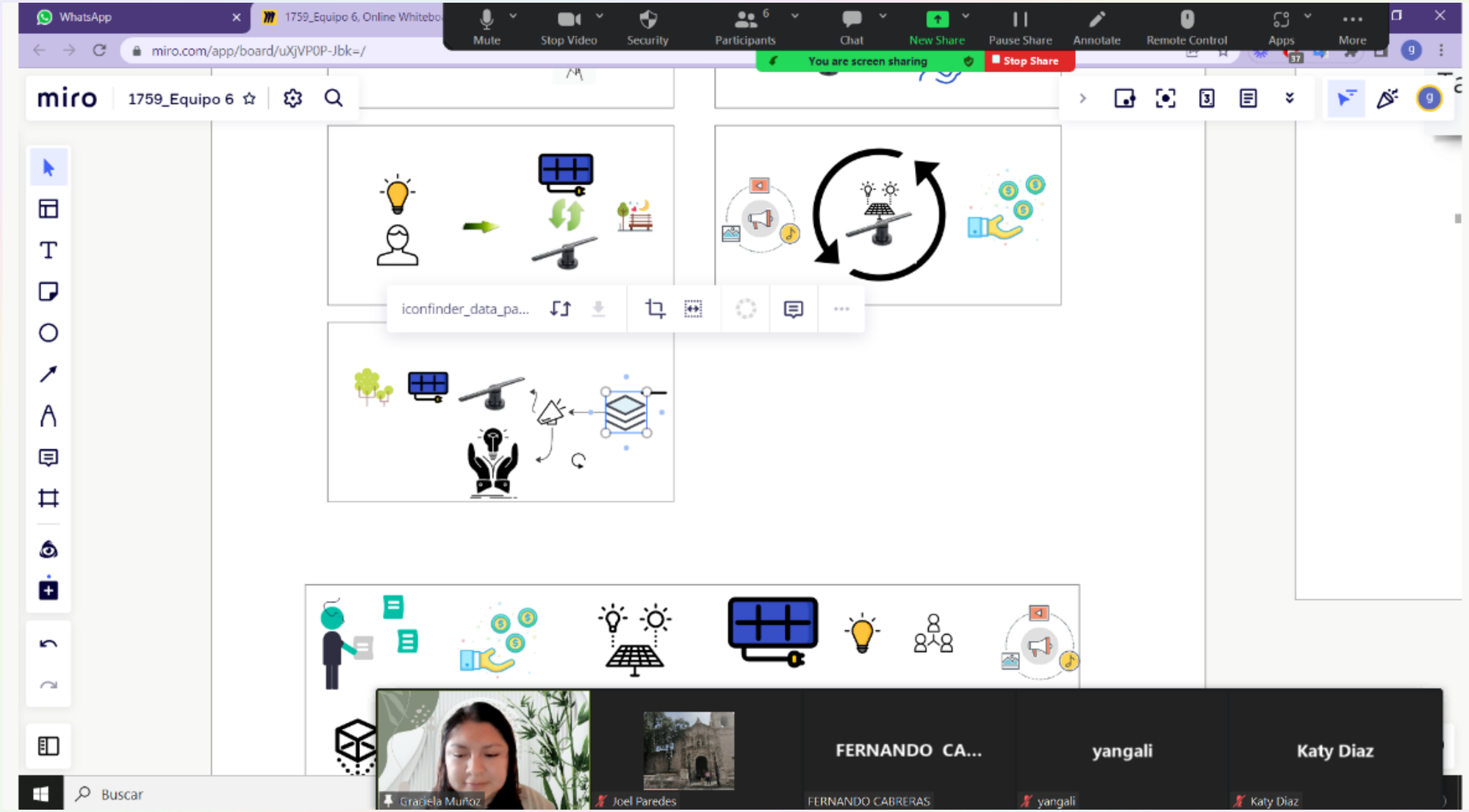
En una sola palabra describe nuestra propuesta

INNOVADOR	SOSTENIBLE	TECNOLÓGICO	REDUCCIÓN

CONCLUSIONES DEL TALLER GENERATIVO:



1. Se logró entender la idea de la propuesta y cómo es que funcionara nuestro producto.
2. Los participantes hicieron preguntas, dieron sugerencias y opiniones acerca de nuestro proyecto.
3. Fue de mucha ayuda ya que, ayudó a mejorar y tener una idea más concreta y más clara de nuestra propuesta.

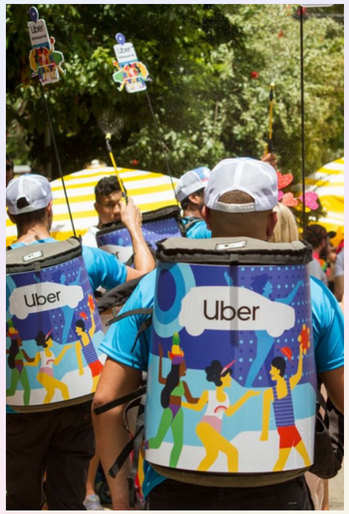

WhatsApp
1759_Equipo 6, Online Whitebo
miro.com/app/board/uXjVP0P-Jbk=/
Mute
Stop Video
Security
Participants
Chat
New Share
Pause Share
Annotate
Remote Control
Apps
More
You are screen sharing
Stop Share
miro
1759_Equipo 6
iconfinder_data_pa...
Buscar
Graciela Muñoz
Joel Paredes
FERNANDO CA...
FERNANDO CABRERAS
yangali
Katy Diaz

DESARROLLAR

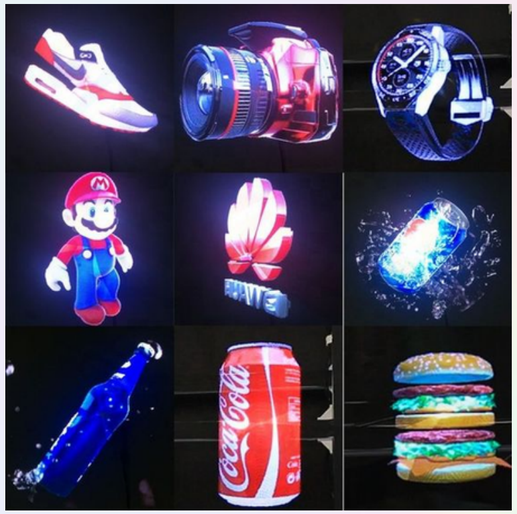
ETAPA 03

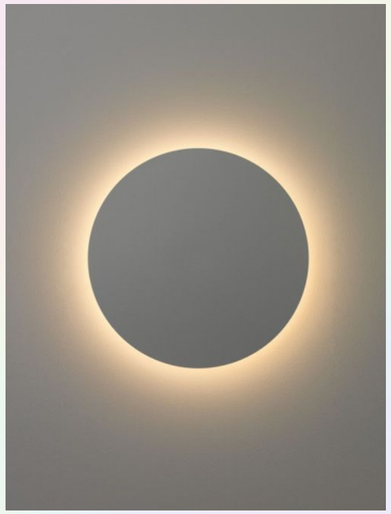
MOODBOARD

SEMANA 09









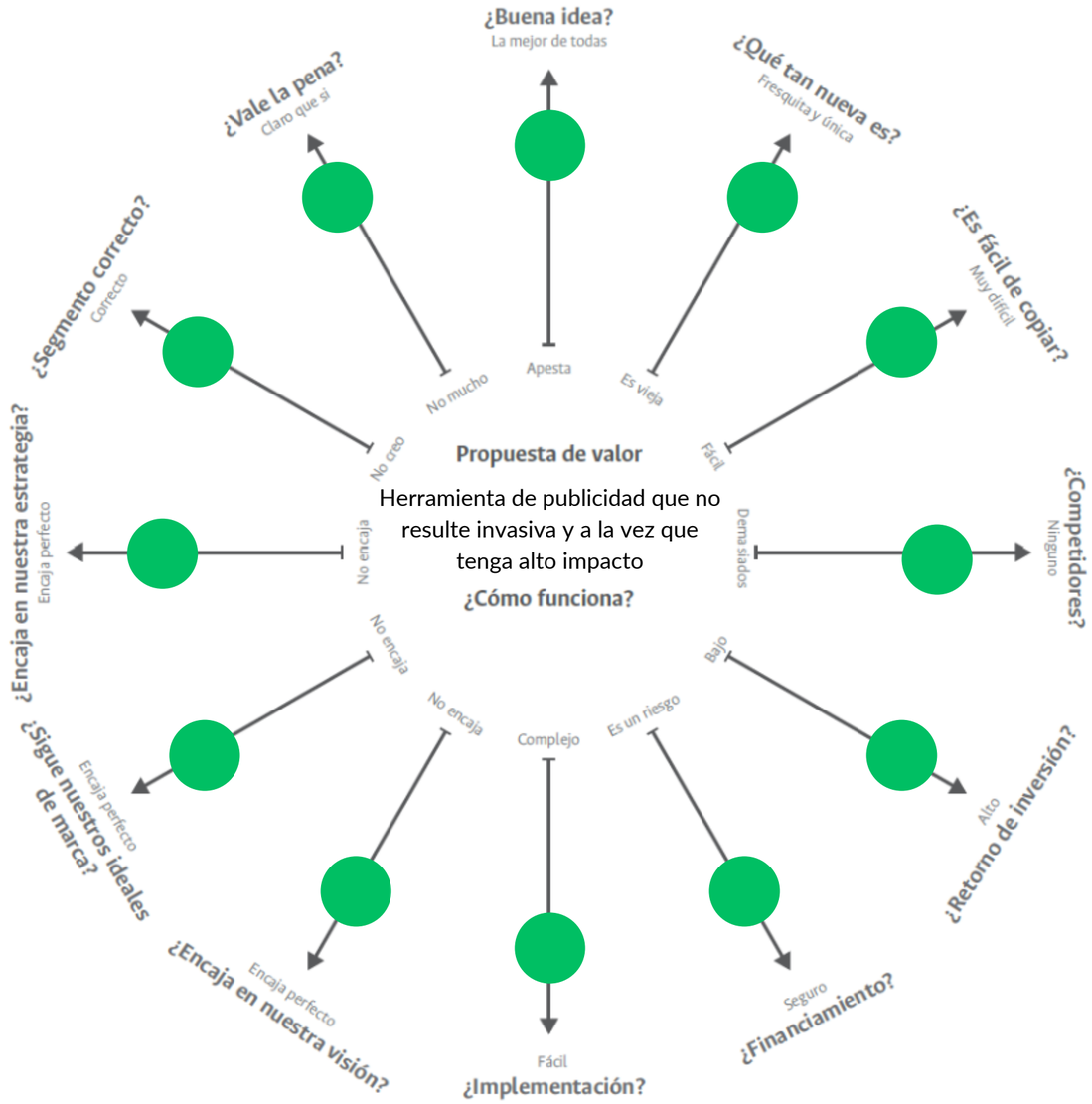






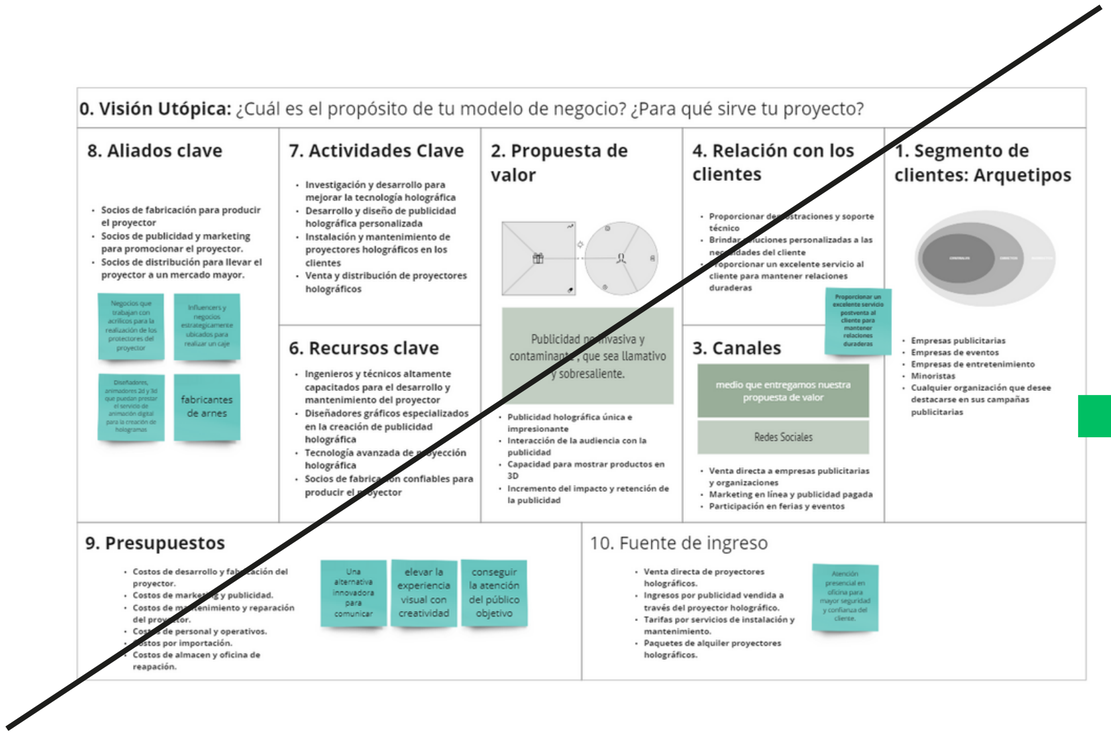


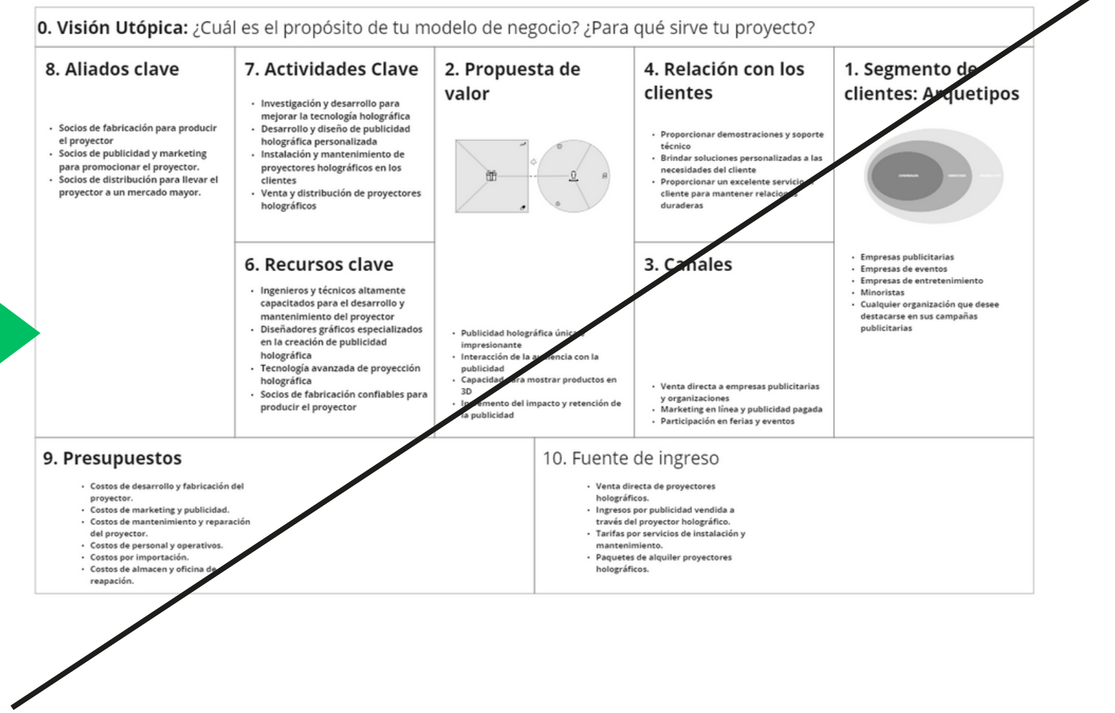



¿Buena idea?
La mejor de todas
¿Qué tan nueva es?
Fresquita y única
¿Es fácil de copiar?
Muy difícil
¿Competidores?
Ninguno
¿Retorno de inversión?
Alto
¿Financiamiento?
Seguro
¿Implementación?
Fácil
¿Encaja en nuestra visión?
Encaja perfecto
¿Sigue nuestros ideales de marca?
Encaja perfecto
¿Encaja en nuestra estrategia?
Encaja perfecto
¿Segmento correcto?
Correcto
¿Vale la pena?
Claro que si
Apesta
Es vieja
Fácil
Demasiados
Bajo
Es un riesgo
Complejo
No encaja
No encaja
No encaja
No creo
No mucho
Propuesta de valor
Herramienta de publicidad que no resulte invasiva y a la vez que tenga alto impacto
¿Cómo funciona?

LIENZO MODELO DE NEGOCIO

SEMANA 12





LIENZO MODELO DE NEGOCIO

SEMANA 12

ALIADOS CLAVE

- Socios de fabricación para producir el proyector holografico.
- Socios de publicidad y marketing para promocionar el proyector.
-
- Socios de distribución para llevar el proyector a un mercado mayor.
- Clientes Gratuitos
- Ferias y Eventos que nos sirvan de Exhibición.

ACTIVIDADES CLAVE

- Implementar la tecnologia holografica como herramienta publicitaria.
- Crear la identidad visual de nuestra pagína web.
- Crear contenido para RRSS que nos ayude a vender los proyectores.

RECURSOS CLAVE

- Equipo Creativo:
  - Diseñador gráfico, especializado modelado 3D
  - Desarrollador Web.
- Asesor de Ventas (1)
- Personal Tecnico Capacitado en Tecnología Holografica (1)

PROPUESTA DE VALOR

IDEA FINAL

Proyector Holográfico, siendo esta una herramienta de publicidad que no resulte invasiva y a la vez que tenga alto impacto para atraer clientes de manera única y ambiental.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Atención asertiva y amigable hacia cada cliente potencial.
- Para nuestros clientes brindaremos atención personalizada y estrategias que respondan a sus objetivos específicos.
- La atención de nuestro personal tecnico sera en el menor tiempo posible y cumpliendo los protocolos de atención.

CANALES

- Pagina WEB
  - Para la suscripción de venta y alquiler de proyectores holograficos
- Redes Sociales (Facebook, Instagram y Tiktok) Promoción y contacto directo con el cliente

SEGMENTO DE CLIENTES: Arquetipos

- Clientes: Dueños y Socios de negocios de comida entre 30 y 45 años
- Género: Masculino y Femenino
- Geográfico: Lima Metropolitano

PRESUPUESTO

COSTOS DE FABRICACIÓN DE PROYECTOR HOLOGRÁFICO:

1. MATERIALES
   a. Mecanismo Holográfico
   b. Cápsula (Acrilico)
   c. Sist. de Correas (para que sea movible)
2. FUNCIONAMIENTO
   a. Diseñador Gráfico, especializado en 3D
   b. Asesor de Ventas
   c. Personal Técnico
3. MANTENIMIENTO
   a. Mantenimiento de Proyector

COSTOS DE OPERACIÓN:

1. VENTAS O PROPAGANDA
   a. Creación de pagina WEB
2. ADMINISTRATIVOS
   a. Sueldo del personal administrativo}
   b. Pago de Publicidad en redes sociales
3. FINANCIAMIENTO
   a. Prestamos por banco
   b. Intereses
   c. Perdidas en cambios del proyector

FUENTES DE INGRESO

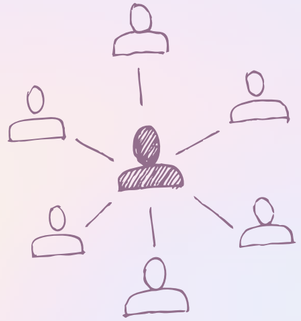
- Inversionistas
- Suscripción a plan publicitario de proyectores.

CUSTOMER JOURNEY MAP
PLANO GENERAL

SEMANA 12



Buscar Dueños de negocios o los Dueños nos Contratan.



Los dueños interesados en ser parte de la comunidad HOLOGREEN , son invitados a charlas informativos de nuestros planes y funciones de HOLOGREEN.



Medalla de Negocio o Emprendimiento Amigable, como reconomiento por practicas sostenibles, la cual le generara beneficios dentro de HOLOGREEN



Adquición de nuestros paquetes de alquileres de proyectores holograficos, incluidos sus asesoramientos de plan de publicidad.



Ampliación y captación de nuevos clientes para los Negocio que adquieren los paquetes de alquiler de HOLOGREEN.

LIENZO DE PRESUPUESTO

RECURSOS DE PRODUCCIÓN	PROYECTORES HOLOGRÁFICOS S/3050.00 + CREADORES DE CONTENIDO S/4800.00	**S/7850.00**
RECURSOS ADMNISTRATIVOS	FIBRA ÓPTICA 200MBPS S/119.90 + CÁMARA 90D S/5800.00 + TRÍPODE S/250.00 + LÍNEA MÓVIL S/75.00 AL MES	**S/6244.90**
RECURSOS LOGÍSTICOS	1 PACK ADOBE CREATIVE CLOUD S/181.00 + RRSS S/200.00 AL MES + PÁGINA WEB S/500.00 + ESPACIO COWORKING S/510.00	**S/1391.00**
		S/15485.90

GASTO MENSUAL

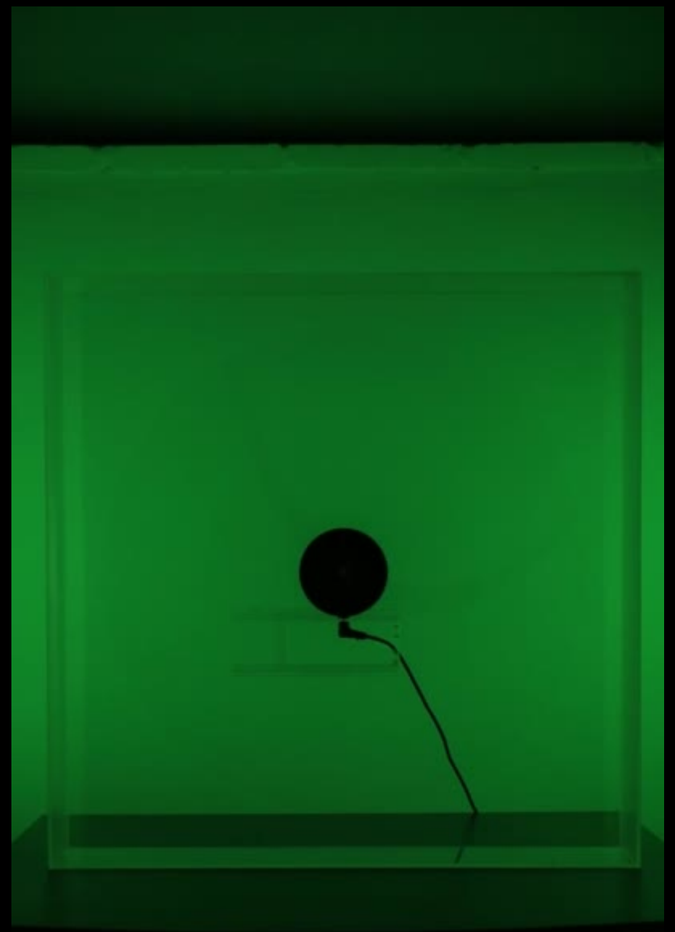
RECURSOS DE PRODUCCIÓN	CREADORES DE CONTENIDO S/4800.00		**S/4800.00**
RECURSOS ADMNISTRATIVOS	FIBRA ÓPTICA 200MBPS S/119.90	LÍNEA MÓVIL S/75.00 AL MES	**S/194.90**
RECURSOS LOGÍSTICOS	1 PACK ADOBE CREATIVE CLOUD S/181.00 +	ESPACIO COWORKING S/510.00	**S/691.00**
RECURSOS DE DIFUSIÓN	RRSS S/200.00		**S/200.00**
			S/5885.90

LIENZO DE INGRESOS

PLANES DE ALQUILER	COSTO UNITARIO	VENTAS AL MES	INGRESO MENSUAL	INGRESO TRIMESTRAL
PLAN HOLO TEST	S/550.00	6	S/3300.00	S/9900.00
PLAN HOLO MAR	S/850.00	6	S/5100.00	S/15300.00
PLAN HOLO PRO	S/1200.00	5	S/6000.00	S/18000.00
			S/14400.00	**S/43200.00**

TOTAL DE INGRESO ESTIMADO		TOTAL DE INVERSIÓN		TOTAL DE GASTOS		UTILIDAD/PÉRDIDA
S/43200.00	-	**S/15485.90**	-	S/5885.90	=	S/21,828.20

PRESENTACIÓN DE PROTOTIPO





CONCLUSIONES DEL PROYECTO

SEMANA 15

Los hologramas son una opción de publicidad más atractiva y novedosa que va de la mano con la tecnología. Busca ser un medio más útil en su función con el mayor impacto visual posible para así alcanzar más clientes beneficiando a los usuarios.

Es importante que la publicidad de volantes cambie y se vuelva más sostenible.

La publicidad impresa genera una gran cantidad de residuos y contribuye a la deforestación y al cambio climático.

Holo green

Gracias!

