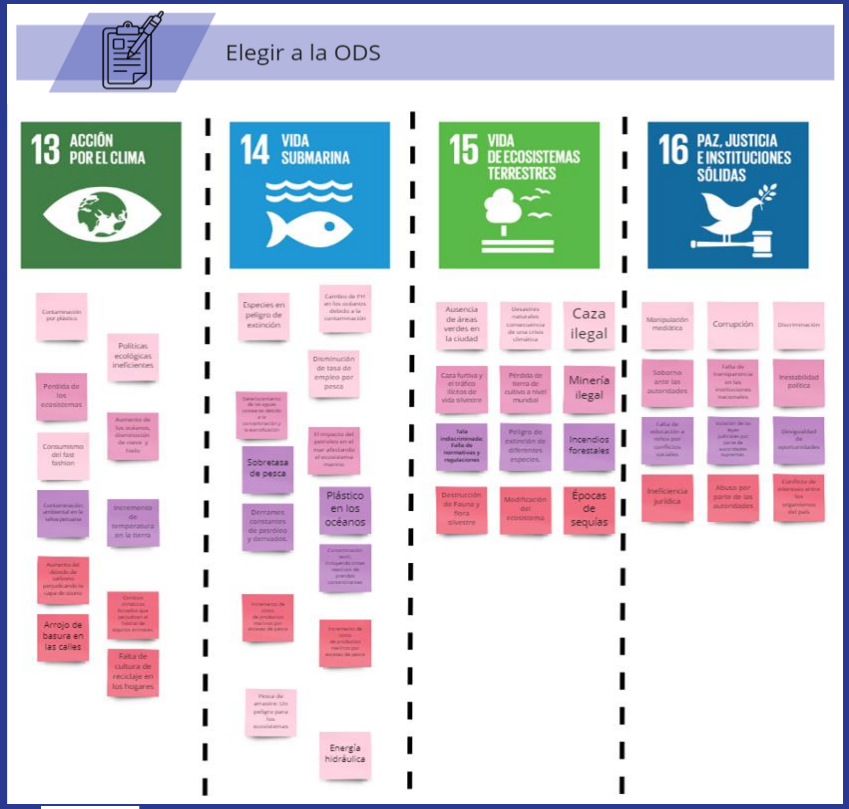
UTILÉ

NATHALIE JAZMIN CAMPOS ROMERO

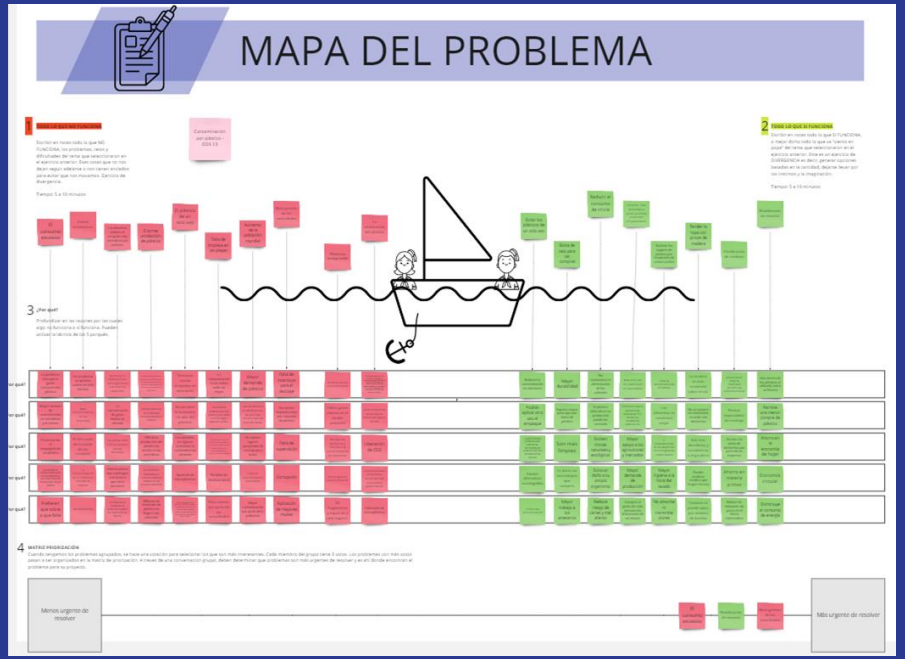
Comenzamos el proyecto, reduciendo a 4 opciones de ODS para luego hacer una lluvia de ideas sobre los problemas que abarcan esos objetivos de desarrollo, terminando en una votación para escoger a las 5 principales opciones.



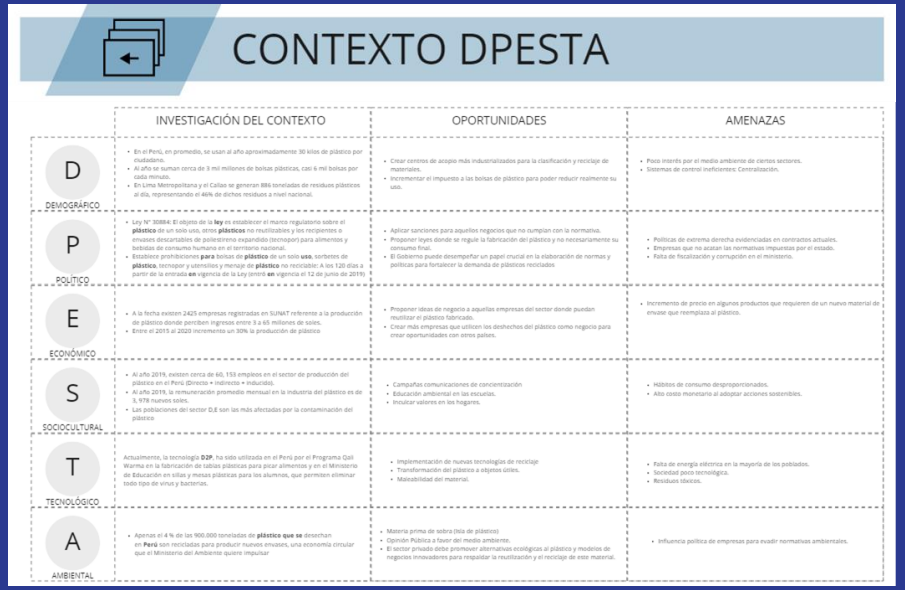
Posteriormente, colocamos las 5 opciones más votadas en temáticas donde debíamos colocar metas asociadas a los ODS, lo que nos apasionaba acerca de esos ODS y dos habilidades propias que contribuyan con la temática.



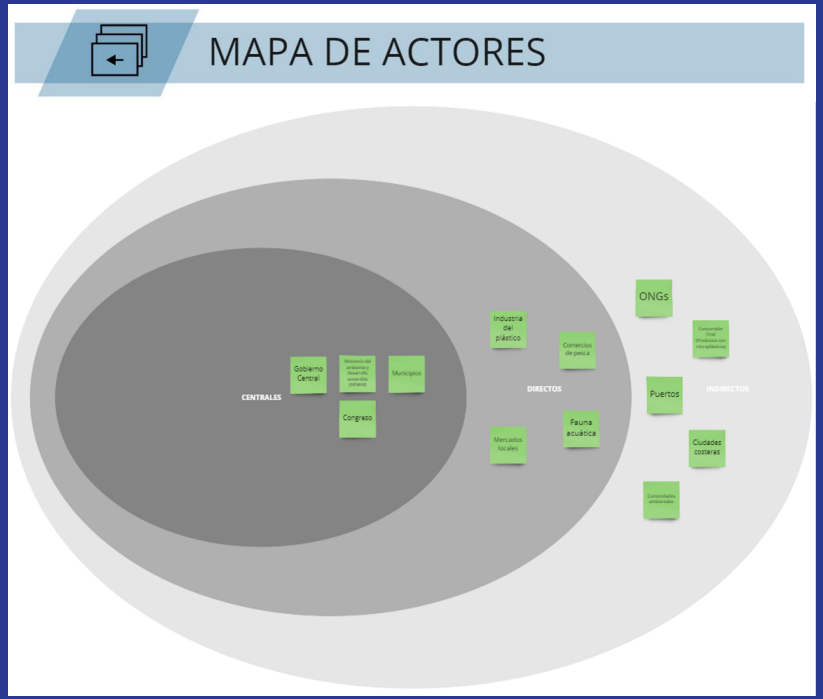
Una vez elegida nuestro tema: Contaminación por el plástico relacionado al ODS acción por el clima, realizamos un mapa del problema. En dicho mapa, todo lo que no funcionaba sobre el tema, todo lo que sí funcionaba, el por qué si funcionaba o no y una matriz de priorización que nos ayudó a encaminar más nuestro proyecto.



Luego realizamos una investigación aplicando el análisis DPESTA donde pudimos identificar los principales factores que influyen en el desarrollo de la problemática.



En seguida, continuamos con el desarrollo de nuestro proyecto identificando el mapa de actores. Donde tuvimos en cuenta a los actores centrales, directos e indirectos. El principal objetivo era poder conocer cómo interactúan el uno con el otro, cómo dependen el uno del otro para poder identificar a quién investigar y qué es lo importante de cada uno. Tuvimos actores desde el gobierno hasta ciudadanos de pie.



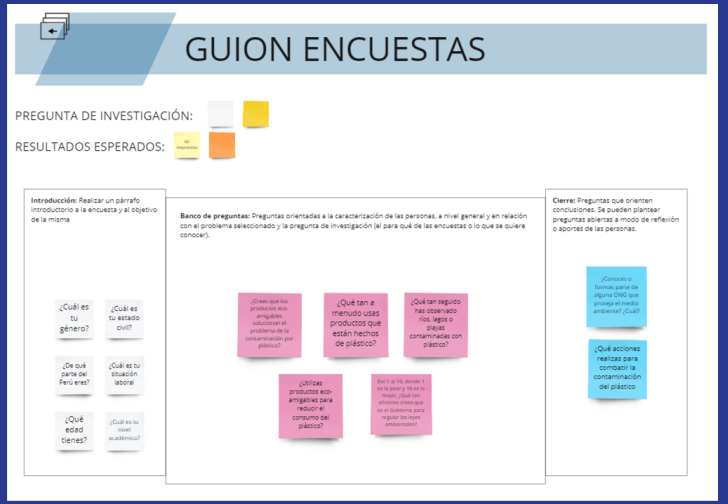
PLAN DE INVESTIGACIÓN

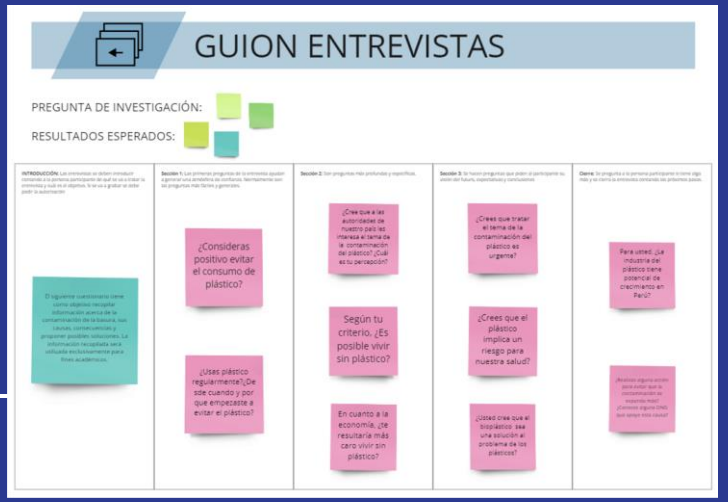
Objetivo		Google Form	
Pregunta de investigación	Método	Característica de la muestra	Recursos
		Información cuantitativa y cualitativa. (Preguntas abiertas y cerradas)	Google Form
		Información cualitativa (Preguntas abiertas).	Zoom/Whatsapp/Personales
		Actores Principales - Normativas	Zoom/Whatsapp
		Información cualitativa para validación (Preguntas abiertas).	Zoom/Whatsapp/Personales
		Preguntas cerradas y abiertas cualitativas	Google Form
		Preguntas abiertas y dinámicas	Zoom

Como siguiente punto realizamos una investigación previa con el fin de obtener información de primera mano que nos permita ofrecer una solución mucho más acertada y de acuerdo a las necesidades del mercado.

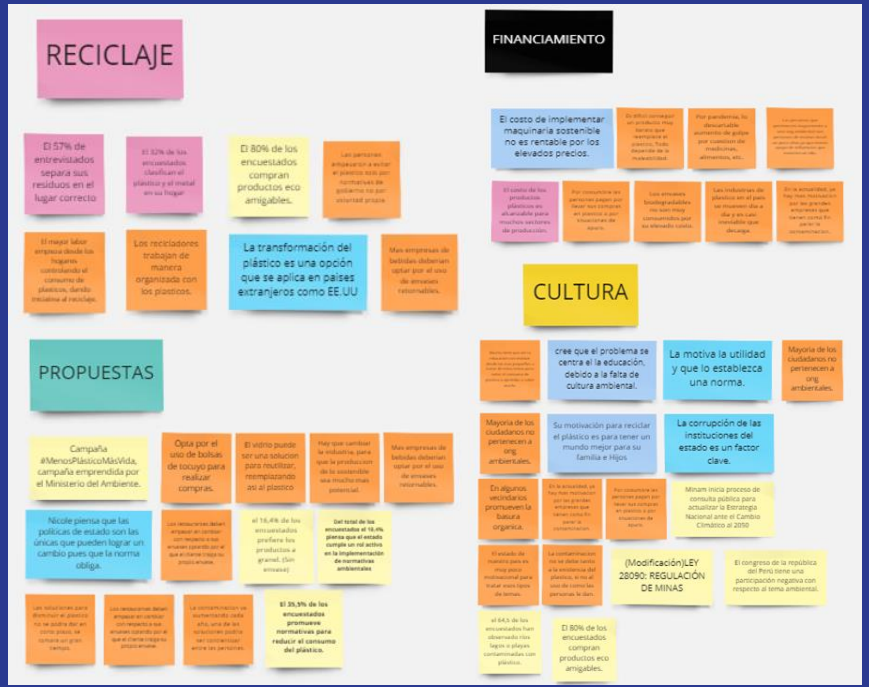
Dentro de todo este proceso es importante definir los mecanismos que utilizarán, cómo se implementarán e interpretarán.

Realizamos un total de 80 encuestas. Entre ellas, 30 introductorias (Incluyen preguntas demográficas/cerradas/cuantitativas), 30 a profundidad (Incluye preguntas emocionales/Abiertas/cualitativas) y 20 de diseño (Incluyen preguntas abiertas y cerradas de carácter cuantitativo y cualitativo). Así como 12 entrevistas presenciales y online, 03 observaciones y 02 talleres generativos. Tanto las encuestas de diseño como el segundo taller generativo se proponen después de presentar nuestra propuesta de solución para mejoras y feedback.





Posteriormente a la descarga de datos, los agrupamos bajo 4 pilares que nos parecieron fundamentales: Reciclaje, financiamiento, propuestas y cultura.

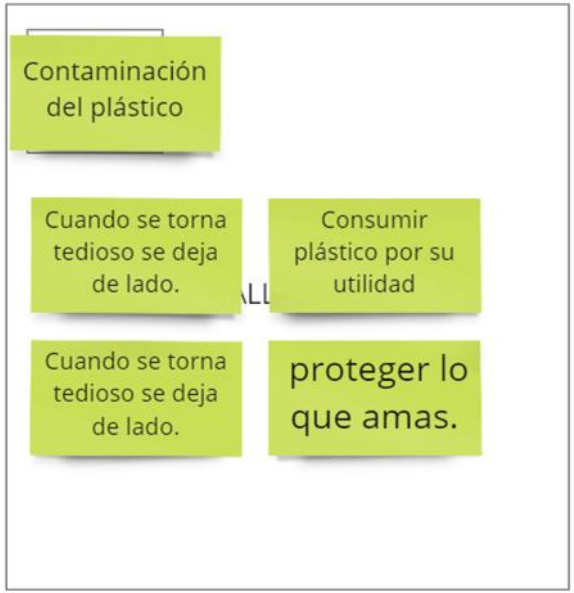


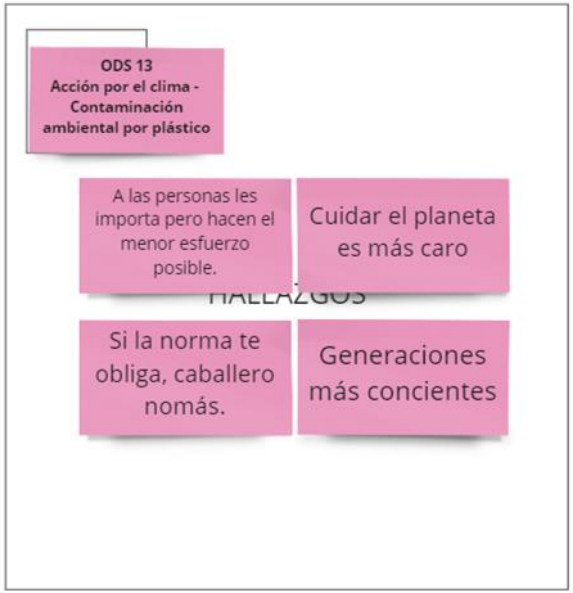
Finalmente, se desarrollaron las conclusiones en base a los 4 pilares anteriores, analizando e interpretando los datos recolectados durante la investigación. De esta manera, entendimos posibles causas del problema, necesidades y características de nuestro consumidor meta así como sus motivaciones, ideales y convicciones.



INSIGHTS

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:





Como resultado de este último proceso pudimos identificar y generar insights o verdades ocultas de nuestro público objetivo en relación con nuestra problemática.

A continuación nos centramos en analizar más a profundidad a nuestro público ideal mediante la generación de arquetipos. Así poder mapear de manera más efectiva el comportamiento de nuestro consumidor.

El primer arquetipo se basó en un reciclador. Esto debido a que ellos son un factor influyente y necesario para el impulso del crecimiento de una industria.

ARQUETIPO II

Roberto Ruíz

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

Nombre: Roberto Ruiz
Frase: "Me preocupa la situación ecología del planeta"
Edad: 32 años
Estado Civil: Soltero
Ocupación: Reciclador
Cualidades: Empático y generoso

Objetivos: Poder apoyar a su familia y que sus hijos lleguen a ser profesionales. Asimismo, que poner un grano de arena para ayudar al planeta y su acelerada destrucción ecológica.

¿Qué dice o piensa?

Roberto cree que si todas las personas pudieran ayudar a la conversación del planeta de la manera más mínima, podría generarse un gran cambio en el medio ambiente.

Comportamientos

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

Roberto piensa que el planeta aún está a tiempo de poder ser salvado. Solo falta mayor organización por parte de los gobiernos y las personas.

Dentro de su día a día trata de utilizar la menor cantidad de productos que utilicen plástico. Sin embargo, considera que cambiar este material y sustituirlo por algunos más eco amigables resulta también más caro para su economía.

No obstante, considera que hay mucha falta de información por parte de las empresas y el gobierno con respecto a la contaminación por el plástico.

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

Que tratar de ser ecoamigable con el medio ambiente realmente es más costoso que seguir utilizando componentes que lo contaminan.

Asimismo, no poder contar con la presión del gobierno para que realicen auditorias a las distintas empresas.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

Necesita que hayan mayores incentivos y mayor acceso a la información por parte de los actores principales para generar una mayor concientización e incentivos para dejar de utilizar plástico.

El segundo se centró en un hombre de negocios, esto apuntando a conseguir la rentabilidad y eficiencia que necesita una propuesta para cumplir con nuestras expectativas.



ARQUETIPO III

Persona (Freddy Rojas Sabogal)

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

Nombre: Freddy Rojas Sabogal
Edad: 34 años
Estado Civil: Casado
Ocupación: Empresario
Cualidades: Directo, proactivo, positivo

Objetivos:
- Lograr el éxito financiero mediante el desarrollo de sus empresas.
- Velar por el bienestar de su familia: vivienda, comodidad, educación, seguridad, entre otros.

¿Qué dice o piensa?

Piensa que la contaminación del plástico es un problema de poca importancia. Entiende que el tema medioambiental está en tendencia y es algo positivo, pero lo ve como una herramienta de marketing para poder mejorar su imagen frente a la sociedad. Para el es un negocio, si no hay ganancia , no sirve.

Comportamientos

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

Los días de Freddy son bastante productivos, se levanta temprano, revisa sus correos, se prepara para visitar sus negocios y agenda sus tareas diarias.

Usa productos eco amigables porque su esposa y familia se lo exigen pero el piensa que es más caro de lo habitual hoy en día.

Freddy ve al mundo como un lugar de oportunidades para hacer dinero, y con sus ganancias seguir apoyando causas sociales , ONGs y proyectos pequeños para mejorar su imagen y de sus empresas.

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Le molestan las normativas que lo obligan a realizar gastos extras.
- Le molesta el tráfico y el clima caluroso. Prefiere los ambientes fríos.
- Le molesta no poder sacarle provecho económico a una oportunidad.
- Le molesta verse mal ante la opinión pública.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Necesita socios que inculquen en él un sentimiento de protección por la naturaleza.

- Necesita entender que la contaminación del plástico es un tema serio y preocupante.

- Necesita conocer más a cerca de formas de reducir nuestra contaminación plástica y aportar una solución práctica.

Y como tercer arquetipo escogimos a una Ingeniera Ambiental para poder tener una visión eco amigable y sostenible en relación a nuestra propuesta.

ARQUETIPO IV

Persona (Lucía Valencia)

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

Nombre: Lucía Valencia
Edad: 30 años
Estado Civil: Soltera
Ocupación: Ingeniera ambiental
Cualidades: Directa, independiente y sociable.

Objetivos:
- Dirigir proyectos ambientales para la sociedad.
- Promover y culturizar el reciclaje, el cuidado del planeta a las personas.

¿Qué dice o piensa?

Piensa que la contaminación del plástico es un problema grave y que requiere de mucha importancia. Observa que las grandes empresas de plastico ganan demasiado por el gran consumo de las personas, esto provoca que aumente la contaminacion, otro de los problemas son la basura excesiva.

Comportamientos

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

Los días de Lucía son bastante productivos ya que es una persona fitness, se levanta temprano, revisa sus correos, va al gym y a veces saca pasear a su mascotaa, se prepara para ir a su universidad y realizar proyectos.

Usa productos eco amigables porque la familia se lo exige pero ella propone reciclar para no amontonar basura.

Ella ve al mundo como un lugar que aun falta mucho por descubrir y que tambien es muy poco valorado en cuanto al cuidado de sus areas. Ella hace dinero con algunos trabajos que tiene , y con sus ganancias seguir apoyando causas sociales e invertir en sus proyectos de ingeniera ambiental.

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Le molestan las normativas que lo obligan a realizar gastos extras.
- Le molesta el tráfico y el clima caluroso.
- Le molesta no poder sacarle provecho económico a una oportunidad.
-Le molesta no poder andar con seguridad en la calle.
-Le molesta el acoso en lugares publicos.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Necesita apoyo de colaboradores que tengan sentimiento de protección por la naturaleza.

- Necesita entender que la contaminación ya es un problema fijo ya que tiene un tiempo para llegar al limite.

- Necesita conocer más a cerca de formas de reducir nuestra contaminación plástica y aportar una solución práctica.

Después organizamos los resultados de manera que podamos analizarlos desde una perspectiva general en base a nuestros 3 arquetipos y poder definir el un punto de partida mediante la generación de retos de innovación en base a nuestros hallazgos.



Como siguiente punto unificamos nuestros hallazgos en un lienzo que incluye nuestro tema, la problemática, los insights seleccionados, los arquetipos, sus dolores y preocupaciones y por último un reto de diseño específico para cada uno.

LIENZO, TEMA, PROBLEMA, RETO

ARQUETIPOS



Roberto Ruiz, reciclador de 32 años

Freddy Sabogal, hombre de negocios, 34 años





Lucía Valencia, ingeniera ambiental, 26 años trabaja en el estado.

Fernanda Quevedo, Directora ONG, 40 años.



DOLORES



No contar con los recursos necesarios para ser más ecoamigable con el planeta

Malas decisiones financieras





Corrupción de las instituciones clave.

La desinformación y la falta de cultura ambiental.



TEMA

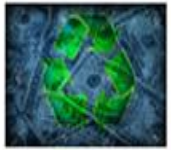
13 ACCIÓN POR EL CLIMA

ODS 13 Acción por el clima - Contaminación ambiental por plástico

PROBLEMA



PRINCIPALES HALLAZGOS



"Poder reemplazar el plástico de nuestros hogares generaría mayor gasto para nuestra economía"

"Lograr implementar mecanismos de reciclaje eficaz para empresas"





"Reemplazar el plástico en proyectos de nuestro generaría una inflación de costos"



RETOS DE DISEÑO

¿Cómo podríamos implementar nuevas opciones con relación al plástico sin generar mayor gasto?

¿Cómo conseguir transparencia en la gestión y control de proyectos ambientales?



¿Cómo podemos hacer el reciclaje rentable y más útil?

¿Cómo podemos Lograr apoyo económicos importante por parte del estado?

IDEACIÓN





Posterior a ello debíamos tener clara una propuesta de solución a nuestra problemática. Por ello, nos centramos en el lienzo de ideación donde debatimos y definimos posibles soluciones.

A raíz de ello es que nuestra propuesta de solución fue la creación de un dispositivo de uso doméstico o industrial que transforma los desechos plásticos, mediante un proceso de reciclaje químico, en energía sostenible y herramientas útiles para diversos fines.

Todo esto de manera fácil, rápida y personalizada por un precio adicional.

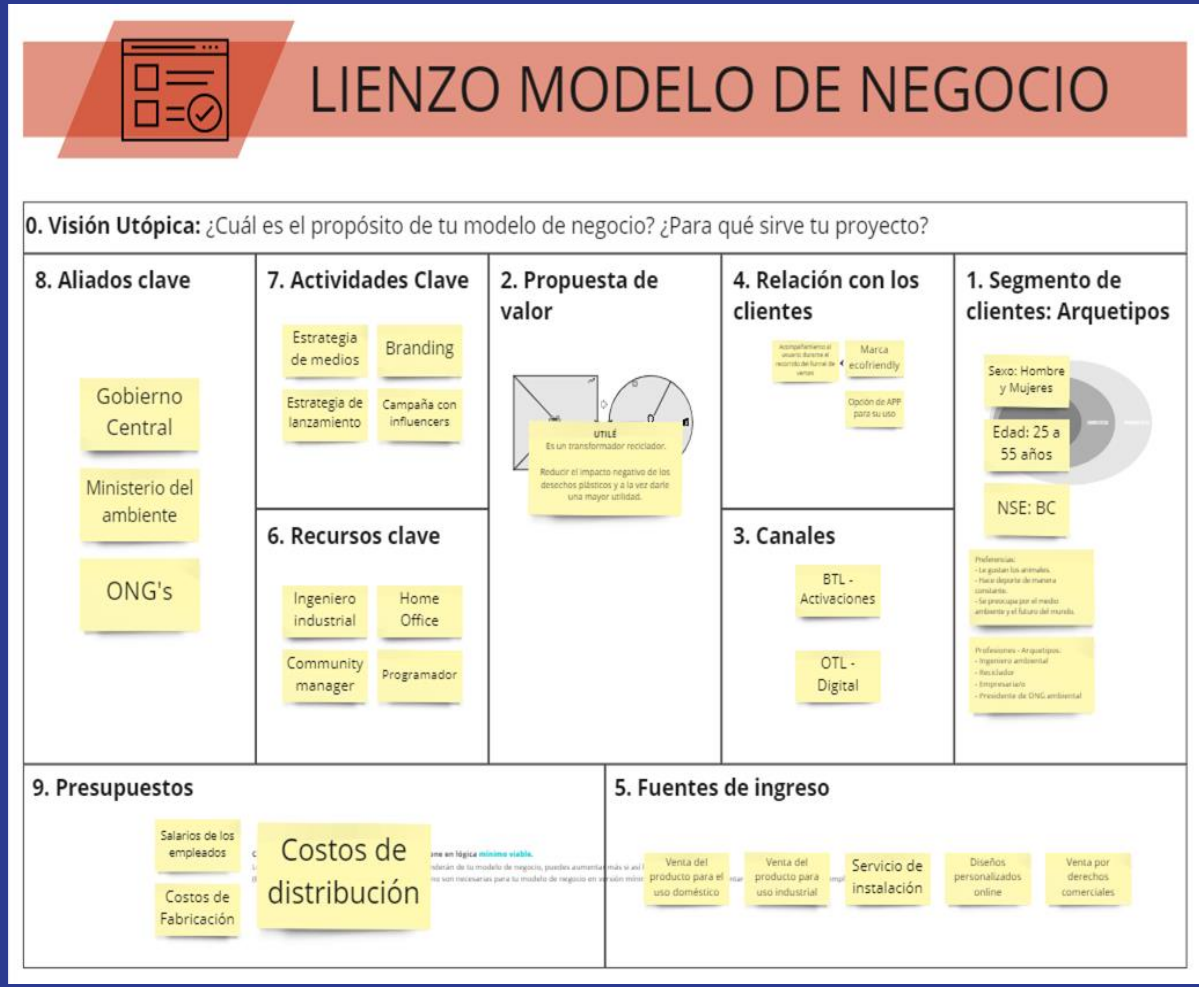
Posterior a ello se realizaron las encuestas de diseño para ver qué tan factible y atractiva era nuestra propuesta para nuestro público.



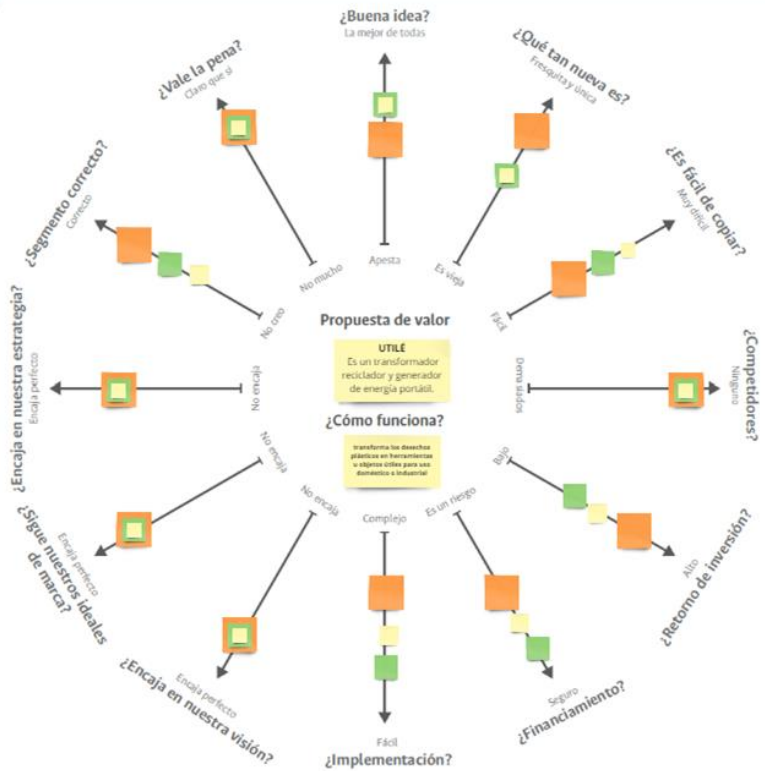
Posterior a ello desarrollamos el lienzo de propuesta de valor en base a nuestra propuesta pero en su versión MVP.

Esta versión nos permitió tener una visión más cercana a la realidad y la factibilidad de desarrollo de nuestra propuesta y realizar algunas mejoras de rendimiento como:

- Se cambió el diseño de uno con muchas curvas a uno rectangular para reducir costos de producción.
- Se retiró la capacidad del dispositivo de generar energía sostenible a partir de los residuos del proceso de reciclaje químico. (Muy complejo)



AUTOEVALUACIÓN - INNOVACIÓN

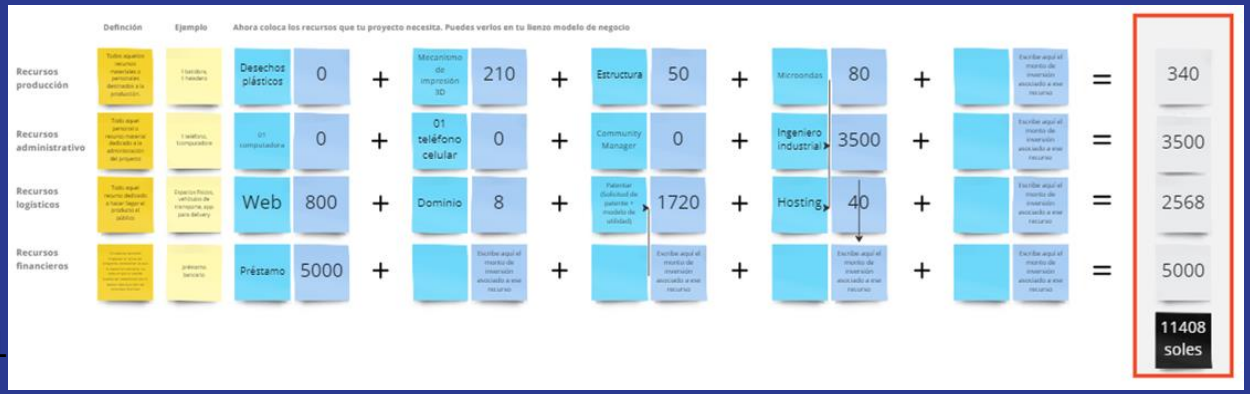


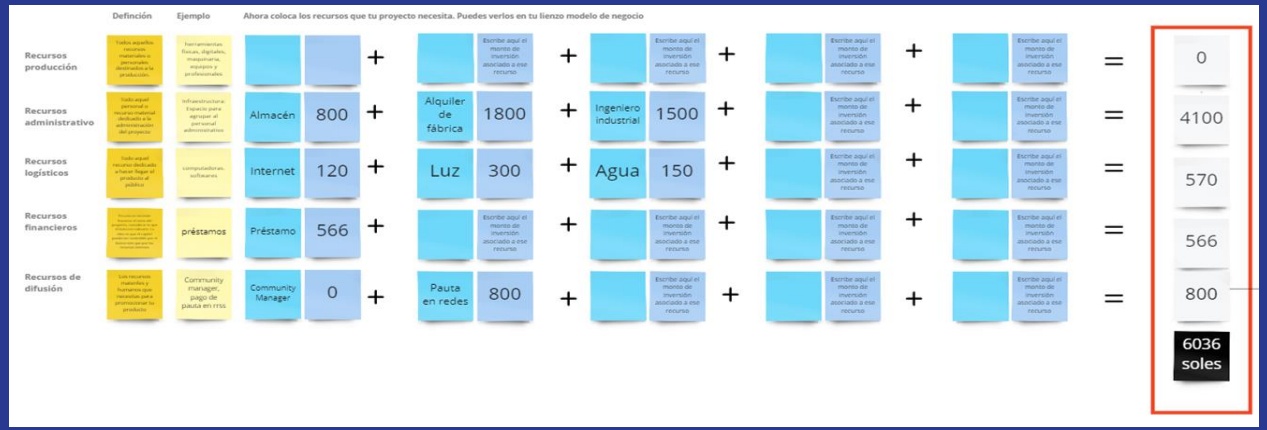
Después medimos el nivel de innovación de nuestra propuesta. Dentro se incluyen aspectos como qué tan buena idea es, si vale la pena, qué tal tecnológico es, qué tan rentable es, entre otros puntos.

A continuación se realizó un análisis de los gastos que incluirían la fabricación de nuestro mecanismo, así como los gastos operativos, logísticos y administrativos para poder hacer realidad nuestra propuesta.

Se tiene en cuenta tanto los gastos iniciales como los mensuales.

LIENZO DE PRESUPUESTOS





Como siguiente punto definimos con números nuestras fuentes de ingresos, que en este caso sería la venta del producto, el mantenimiento del mismo y la adquisición de diseños personalizados en la tienda virtual.

Concluimos que la propuesta tiene una rentabilidad del 60% con respecto al margen de ganancia según lo proyectado.





Por último realizamos un prototipo para poder validar temas como el costo, su utilidad, percepción, funcionamiento, entre otros

Como resultado de este último proceso obtenemos lo siguiente:

- El costo del producto es de un monto accesible para nuestros usuarios objetivos.
- El consumidor puede sacar buen aprovechamiento del dispositivo en el lado emprendedor.
- El dispositivo podría obtener distintas variedades de diseño en cuanto a su uso, ya sea en lo personal e industrial.