



NU EARTH

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

AUTOR:

ANTOINETTE SHAKIRA CASTILLO SARAVIA

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

AUTOR:

BRUNO SEBASTIAN TAGLE VILCHES

Lima - Perú

2022

● 22% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.tls.edu.pe Internet	18%
2	doctoradomarea.cl Internet	2%
3	fucsia.co Internet	1%
4	Universidad TecMilenio on 2024-01-20 Submitted works	<1%

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación “NU EARTH” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de comercio y busca resolver la falta de visibilización de alternativas conscientes en la industria de la moda como marcas de *slow fashion* y moda sostenible, teniendo como población beneficiaria a hombres y mujeres de 20 a 35 años residentes en Lima Metropolitana con interés en el cuidado del medioambiente.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en la creación de una tienda conceptual llamada *Nu-Earth* que sirva como ventana para aumentar el alcance de alternativas conscientes en la industria de la moda concientizando con la difusión de información relevante del tema y vendiendo productos elaborados por marcas peruanas de moda lenta y sostenible. Dicha tienda conceptual contará con canales de venta de manera virtual y física, incluyendo la presencia en redes sociales, la venta mediante una tienda virtual y también la implementación de una tienda física, todo ello basado en un enfoque integral en el que se unen todos los canales de venta para ampliar el impacto que la solución ofrece al público objetivo, situándose como pionera en el desarrollo del concepto de unir la moda y la consciencia medioambiental de tal manera.

Para la experimentación se diseñó la previsualización de los canales de venta a desarrollarse bajo el concepto de la tienda, con los cuales se presentó el proyecto a un grupo de personas pertenecientes al segmento del público objetivo para conocer qué tan eficaz y atractiva les resultaba, obteniendo

respuestas favorables de parte de todos ellos, con lo que se corroboró que la solución desarrollada abarca de manera integral el reto planteado utilizando medios altamente eficientes y de fácil acceso como lo son los canales de venta mencionados.

Se concluye que la solución propuesta les permitirá contribuir al cuidado del medio ambiente apoyando a marcas que actualmente realizan este tipo de activismo medioambiental a través del comercio, por lo que estarían dispuestos a adquirir y recomendar los productos ofrecidos y la solución ofrecida. Se recomienda también seguir aprovechando y potenciando las alternativas sostenibles ya existentes en el mercado para unir fuerzas y acelerar el impacto que se puede generar con ellas para frenar la crisis medioambiental actualmente presente.