

Perú | **Design** | Net
perudesignnet.com



ÍNDICE

¿Qué es Perú**DesignNet**?

Participantes

Mecánica del Concurso

1. Inscripción

2. Proceso

3. La Propuesta

4. Fases del Proyecto

Criterios de Evaluación

Cronograma y Plazos

Premios

Jurado

Condiciones de Participación

Contacto



¿QUÉ ES PERÚDESIGNNET?

PerúDesignNet es un concurso de innovación a través del diseño. Buscamos propuestas potentes que comprendan el panorama macro de una problemática y puedan plantear soluciones de diseño integrales considerando todas las variables necesarias para llevar a cabo una transformación hacia un mejor futuro.

PARTICIPANTES

- Personas de todas las nacionalidades
- Edad: 18+
- Disponibilidad para viajar

MECÁNICA DEL CONCURSO

1. Inscripción

La inscripción es gratuita y puede hacerse a través de nuestra página web oficial www.perudesignnet.com.

Todos los participantes deben registrarse en la plataforma DesignPass de PerúDesignNet para poder presentar sus propuestas.

2. Proceso

Esta edición de PerúDesignNet se centra en tres sectores: Gastronomía, Turismo y Artesanía.

El concurso cuenta con seis (06) *briefs* en total, dos (02) por cada sector.

Los participantes deben elegir uno (01) de estos *briefs* para desarrollar la propuesta que subirán a la plataforma DesignPass. Los participantes serán evaluados sobre esta propuesta.

3. La Propuesta

Elementos que debe contener el proyecto.

Título del proyecto

Indica el nombre de tu proyecto.

Descripción del proyecto

Describe brevemente tu proyecto.

Imagen principal del proyecto

Esta imagen es la portada o cabecera de tu proyecto, la que todo el mundo verá. Por lo tanto, debe ser una imagen representativa de tu proyecto y que, al mismo tiempo, atraiga la atención hacia él por parte de los usuarios de la web.

Tipo de imagen: jpg, png, gif tamaño 1600x1024 px a 72 dpi.

Vídeo principal

Si tu proyecto consiste en un vídeo, tipo de vídeo: YouTube o Vimeo.

Contenidos del proyecto

Tu proyecto puede contener imágenes, vídeos y textos, que puedes subir a continuación y ordenar una vez subidos, para contar una historia y dar coherencia a la narración.

- **Imágenes:** puedes añadir hasta 20 imágenes.
Tipo de imagen: jpg, png, gif tamaño 1600x1024 px a 72 dpi. Peso máximo 1.200Kb.
- **Vídeos**
Los vídeos pueden proceder de Vimeo o YouTube. Sólo tienes que añadir su URL.
- **Textos**
Añade un texto descriptivo de tu proyecto.

- **Orden**
Una vez subidos los vídeos, textos e imágenes podrás cambiar el orden en el que aparecen.

El participante asegura que las imágenes que utilice y las que se encuentren dentro del vídeo son libres de uso exonerando al IED de cualquier responsabilidad al respecto.

URL

Puedes añadir una URL o la web de tu proyecto.

Archivo adjunto

Puedes subir un archivo en formato .pdf .doc, .docx, .ppt, .pptx a tu proyecto.
Peso máximo: 3Mb.

Categoría del proyecto

Debes seleccionar una categoría y subcategoría en la cual quieras participar con tu proyecto.

Artesanía	Turismo	Gastronomía
<ul style="list-style-type: none">• Artesanos de Túcume	<ul style="list-style-type: none">• Llama Pack	<ul style="list-style-type: none">• Piscosour.com
<ul style="list-style-type: none">• Tulp & Mezcla	<ul style="list-style-type: none">• Peru For Less	<ul style="list-style-type: none">• Amaz Foods

4. Fases del Proyecto

Fase 1: Convocatoria de Ideas: La convocatoria de ideas se realizará vía la plataforma DesignPass en la web de PerúDesignNet (www.perudesignnet.com). De esta etapa se seleccionarán 120 preseleccionados para la fase 2.

Fase 2: Concurso Online: Las 120 propuestas preseleccionadas para la fase 1 serán parte del concurso público online. Este concurso se llevará a cabo en la plataforma DesignPass de PerúDesignNet. El material (vídeo, foto y texto) propuesto por los preseleccionados será visible en la votación.

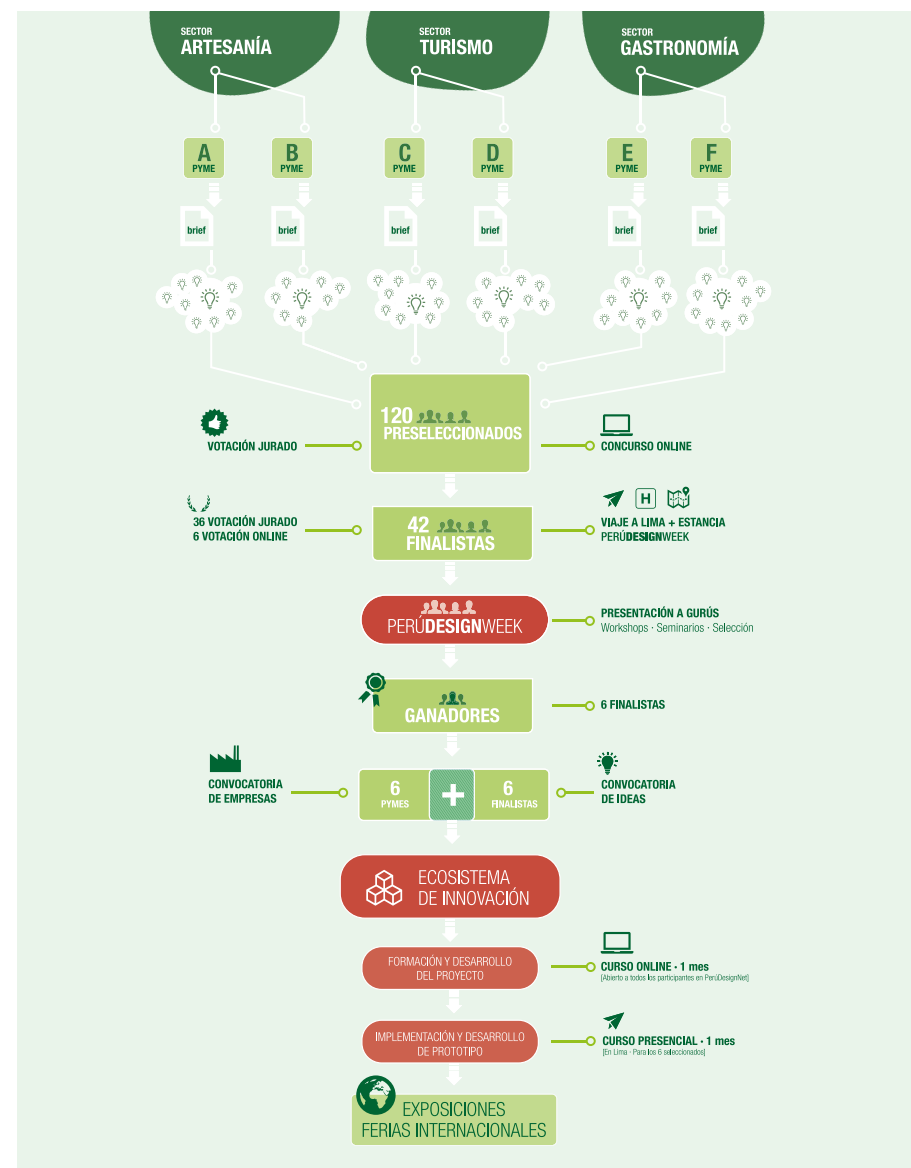
Se seleccionarán 7 finalistas para cada uno de los 6 briefs de las PYMES. En total, serán 42 finalistas, los cuales serán elegidos de la siguiente manera: 36 finalistas elegidos por el equipo técnico de PerúDesignNet (6 propuestas por cada brief) y 6 propuestas elegidas vía votación pública (1 propuesta por cada brief). Las 42 propuestas finalistas pasarán a la fase 3.

Fase 3: PerúDesignWeek: Los 42 diseñadores finalistas viajarán a Lima para participar en la semana de PerúDesignWeek. Una semana de eventos, *workshops*, seminarios y conferencias.

Al final de la PerúDesignWeek, se elegirá una propuesta ganadora por cada *brief* de cada PYME.

6 equipos compuestos por 1 PYME + 1 Propuesta pasarán a la fase 4.

Fase 4: Ecosistema de Innovación: El ecosistema de innovación es un programa de formación en gestión de la innovación en el que participarán los equipos formados por 1 PYME + 1 Propuesta Ganadora. El programa tiene una duración de 2 meses.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las propuestas deben ser:

- **Visionarias:** que ofrezcan una idea original o sinteticen ideas existentes en una nueva estrategia aplicada de manera creativa hacia las necesidades propuestas.
- **Integrales:** que apliquen un enfoque de sistemas 360 grados para el proceso de diseño. Las propuestas deben entender que para una implementación exitosa es necesario tratar los múltiples objetivos, requisitos y condiciones de una manera holística.
- **Anticipatorias:** que incluyan tendencias y necesidades futuras, y que consideren los impactos de la implementación tanto a corto como a largo plazo.
- **Social y Ecológicamente Responsables:** que consideren las capas culturales, sociales y ecológicas dentro del diseño.
- **Factibles:** con ideas apoyadas en tecnologías y recursos actuales para proyectar ideas con capacidad de implementación real.
- **Replicables y Escalables:** con capacidad de adaptarse a condiciones similares en otros lugares.

CRONOGRAMA Y PLAZOS

Inicio de la Convocatoria de Ideas. Inicio de recepción de propuestas: 13 de febrero de 2015 a las 00:00 (GMT).

Final de recepción de propuestas de la convocatoria de ideas: 1 de mayo de 2015 a las 00:00 (GMT).

Anuncio de los 120 preseleccionados: 11 de mayo de 2015.

Votación Online para la selección de los 42 finalistas: 12 de mayo de 2015 - 26 de mayo de 2015.

Anuncio de los 42 finalistas: 29 de mayo de 2015 a las 00:00 (GMT).

Los finalistas y seleccionados para la fase final serán contactados por correo electrónico o por teléfono y se publicarán en la web.

PREMIOS

Los cuarenta y dos seleccionados de la convocatoria de ideas viajarán* a Perú por una semana para participar de la PerúDesignWeek, una semana de *workshops*, eventos, conferencias y seminarios donde tendrán la posibilidad de trabajar junto con las PYMES para desarrollar, bajo la metodología de PerúDesignNet, sus propuestas. De esta manera, todos los seleccionados se convertirán en agentes visibles del cambio y la innovación en PerúDesignNet.

En la semana PerúDesignWeek los cuarenta y dos seleccionados:

- Serán trasladados* desde su ciudad de origen hacia Lima (Perú) para participar en PerúDesignNet. Tanto el alojamiento como el traslado desde su ciudad de origen hasta Lima será cubierto por la organización de PerúDesignNet. Algunas PYMES se encuentran fuera de Lima, el traslado a las respectivas provincias para la semana de trabajo también será cubierto por la organización. **La organización de PerúDesignNet no se hará cargo de cualquier otro gasto que los seleccionados pudieran tener.**
- Podrán poner a prueba sus propuestas junto con las pequeñas y medianas empresas (PYMES) participantes.
- Recibirán apoyo técnico y profesional de parte de PromPerú, Mincetur y del Instituto Europeo di Design - Madrid.
- Recibirán mentoría de personalidades nacionales de relevancia en el sector.

- Recibirán un *designkit* para presentar sus propuestas en PerúDesignWeek.
- Podrán ser uno de los seis seleccionados finales que pasará a la siguiente ronda denominada Ecosistema de Innovación - PerúDesignNet.
- Tendrán exposición mediática y cobertura de las propuestas realizadas, promocionándolos como participantes y actores del cambio.
- Formarán parte del Vídeo/Documental que mostrará cómo se genera diseño e innovación en Perú.

* Viaje y estadía en Lima o Provincias cubierto por la organización de PerúDesignNet.

Recuerda indicar dentro del PDF tus datos personales: nombre, apellido, teléfono y e-mail para poder localizarte rápidamente en el caso de que seas uno de los ganadores.

JURADO

El jurado de PerúDesignNet está compuesto por profesionales y técnicos de PromPerú, Mincetur y del IED Madrid que evaluarán la calidad de los trabajos y el potencial innovador y creativo de sus autores.

Además, como mentores y guías para la decisión, contamos con personalidades peruanas de renombre en cada sector:

Artesanía: Meche Correa y Chiara Macchiavello.

Turismo: Por definir.

Gastronomía: Gastón Acurio y Virgilio Martínez.

La elección de los seleccionados, finalistas y ganadores de cada etapa dependerá de la coordinación de todo el equipo técnico.

El jurado podrá declarar desierto el concurso en las categorías cuyos trabajos considere de calidad insuficiente.

CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

- Pueden participar personas de **cualquier nacionalidad mayores de 18 años**.
- Los concursantes seleccionados deben tener la posibilidad de viajar durante una semana a Perú para participar en el desarrollo de la propuesta junto con la PYME y durante la semana de eventos de PerúDesignNet.
- Los concursantes seleccionados y ganadores del *workshop* durante PerúDesign-Week deberán poder viajar por 1 mes durante el 2015 a Lima (Perú) para la siguiente etapa del concurso.
- Cada concursante puede participar con una sola propuesta. Los concursantes que participen con más de una propuesta serán descalificados.
- Los trabajos han de ser originales y realizados por el concursante. Los trabajos presentados en anteriores ediciones u otros concursos serán descalificados.
- Los trabajos que no cumplan con el formato, las características y condiciones descritos en el formulario de inscripción del concurso serán descalificados.
- El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones descritas supondrá la pérdida de premio.
- Una vez aceptado el premio, la renuncia al viaje y a la participación en el evento dará lugar a la pérdida del premio.

- El premio, en ningún caso, será canjeable ni reembolsable en efectivo. Tampoco será canjeable por cursos y/o a convocatorias futuras del IED Madrid.
- Los premiados dan su conformidad para que su nombre aparezca en el boletín informativo Newspoint, abreelajo.com, quierosercreativo.es, iedmadrid.com, y otros materiales promocionales del IED, PromPerú y Mincetur, así como para que sus trabajos sean utilizados en Webs propias y ajenas, donde podrán mostrarse algunas de las obras participantes.
- De acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica 25/1999 de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de la incorporación de sus datos personales y laborales facilitados a un fichero automatizado denominado PROYECTOS INTERNACIONALES cuyo responsable es el Istituto Europeo di Design S.L., y cuya finalidad es el tratamiento de datos relativos a los interesados en el proyecto que solicitan información relacionada al mismo: noticias, eventos, presentaciones en organismos públicos y privados, datos y noticias de prensa, con la finalidad de ofrecerle información de su interés. Queda asimismo informado del derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición que le asiste y que podrá ejercitar por escrito en la siguiente dirección: Istituto Europeo di Design, calle Larra, 14 28004 MADRID.
- La participación en este concurso supone la aceptación de estas Bases.
- El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones descritas supondrá la pérdida del premio.

CONTACTO

Para más información, visita nuestra web:

www.perudesignnet.com

Para dudas, contacta con:

info@perudesignnet.com

ARTESANÍA

Actualmente, los productos artesanales son vistos de dos maneras: como muy caros o como *souvenirs*. Existe la posibilidad de desarrollar modelos de negocio donde la artesanía peruana se revalorice, se potencie y se incluya dentro de los patrones de consumo de las personas en el ámbito cotidiano.

El objetivo es construir modelos de trabajo sostenibles que consideren al artesano como creador de valor, modelos que busquen mejorar la calidad de vida por medio de la educación y la transmisión del valor de la tradición artesanal y que generen desarrollo y mejoras en las técnicas usadas.

Los retos a resolver son dos:

El primero es traer a la contemporaneidad las propuestas artesanales y los modelos de co-creación de artesanos-diseñadores considerando la identidad local, los procesos y materiales como eje fundamental para una propuesta artesanal de territorio.

El segundo reto es desarrollar un *toolkit* de innovación artesanal. Una caja de herramientas que permitan visualizar, contextualizar, agilizar e incentivar el desarrollo de la artesanía indígena contemporánea. Al generar instrumentos de interacción que impulsan la diversidad creativa y el enriquecimiento cultural, se busca promover al artesano como el creador principal de valor y de procesos de innovación con el objetivo de mejorar su calidad de vida por medio de la artesanía.

ARTESANOS DE TÚCUME

La Asociación de Artesanos de Túcume fue fundada en Lambayeque en un esfuerzo conjunto entre el Museo de Sitio y la comunidad local. Desde sus inicios, hace ya 12 años, tiene como principal misión recuperar las tradiciones tecnológicas prehispánicas que las investigaciones científicas en la zona han logrado conocer.

Uno de los principales diferenciadores de la asociación es su constante búsqueda del desarrollo de la artesanía de territorio. Los artesanos de Túcume buscan organizarse en grupos para trabajar líneas de producto que mantengan la identidad particular de su región. Durante los 12 años de funcionamiento, han logrado completar proyectos con el Museo de Sitio, instituciones, colegios, universidades y centros de innovación. Estas sinergias han sido orientadas a brindar resultados que exploran y desarrollan las técnicas artesanales, y que educan a los niños y jóvenes de la comunidad sobre los valores y la responsabilidad de dar continuidad a la artesanía.

Actualmente cuentan con un manual de uso y reconocimiento de la iconografía local, con programas y talleres educativos para colegios y universidades, con talleres para trabajo artesanal y con tres puntos de venta de los productos trabajados en tejido a telar de cintura, tejido a telar con algodón nativo, teñido en reserva, repujado en lámina metálica, orfebrería y joyería, cerámica y papel hecho a mano.

El reto a solucionar es el de generar modelos de desarrollo y sostenibilidad, potenciar el *branding*, fomentar la organización de los artesanos con vistas a promover el producto artesanal con la actividad de los visitantes, el taller, el museo y la promoción de la educación artesanal.

Los objetivos principales son:

- Proponer ideas de innovación que organicen y mejoren el modelo actual de los artesanos de Túcume.
- Generar educación o propuestas sobre conceptos de estación, colecciones y colaboraciones que puedan generarse.
- Apoyar a través del diseño nuevas acciones que den visibilidad al producto producido en Túcume.

TULP & MEZCLA

Tulp & Mezcla es una empresa social impulsora de diseño inclusivo e innovación artesanal. Facilita el diálogo creativo e intercultural y co-crea objetos y nuevas formas artesanales que promueven la cultura e inspiran los estilos de vida.

El enfoque principal de Tulp & Mezcla se basa en desarrollar conceptos que unen el diseño de objetos artesanales a temáticas de interés social y cultural que fomenten la imaginación del cliente y que generen impacto, beneficio y bienestar económico al artesano. Al proyectar el diseño artesanal como agente de cambio social, Tulp & Mezcla fomenta además el cuidado del medio ambiente e impulsa la educación, así como el empoderamiento de los adolescentes.

Tulp & Mezcla se posiciona como emprendimiento social que se dedica a desarrollar y ejecutar proyectos de diseño inclusivo con artesanos de comunidades indígenas, con énfasis en la Amazonía. Sus propuestas se caracterizan por promover y facilitar procesos participativos de co-creación, potenciación de la creatividad artesanal y el enriquecimiento intercultural.

En el marco del mismo, Tulp & Mezcla se prepara para ofrecer *coaching* de creatividad enfocado a artesanos y asociaciones artesanales con el fin de estimular su potencial creativo, desarrollar su capacidad innovadora y reinterpretar su acervo cultural-artesanal en el contexto contemporáneo.

Objetivos:

- Busca generar un *toolkit* para poder aplicar y replicar la modalidad de co-creación con artesanos.
- Elaborar un modelo de negocio escalable y adaptable a diferentes zonas geográficas y contextos culturales.
- Rescatar las técnicas ancestrales indígenas de las regiones, algunas de las cuales están en peligro de extinción, con la participación además de jóvenes artesanos.
- Impulsar la creatividad de los artesanos y sus asociaciones estimulando aprendizajes interculturales y enriquecimiento mutuo.
- Trabajar con los estudiantes universitarios de *Beca 18* para desarrollar sus competencias interculturales en el marco de la innovación de la artesanía.

TURISMO

El sector de turismo en Perú es uno de los motores económicos de mayor potencial. Teniendo en cuenta la diversidad natural, cultural y ancestral que se ha desarrollado en todo el territorio, es uno de los destinos de mayor afluencia turística de la región, siendo el quinto país más visitado en Latinoamérica después de México, Brasil, Argentina y Chile. - Fuente Oxford Economics.

A día de hoy, todo el sector está en constante crecimiento y es necesario que los pequeños y medianos empresarios, proveedores de servicios y productos turísticos puedan tener a su alcance nuevas herramientas de comunicación, interacción y organización. Asimismo, es necesario poder ofrecer al turista una mayor flexibilidad a la hora de organizar su aventura en Perú.

El reto es construir nuevas propuestas para el turismo, orientado a la sociedad de la información y el conocimiento; soluciones innovadoras en productos, servicios y sistemas que estén alineadas a las nuevas tendencias de los viajeros (que buscan un viaje que esté hecho a su medida) y generen un valor de experiencia.

El objetivo es que las empresas peruanas puedan dotar de herramientas y experiencias al viajero y que le transmitan lo cautivador, especialista y polifacético que es Perú.

LLAMA PACK

Llama Pack es una empresa de turismo ubicada en la Cordillera del Urubamba en el departamento de Cusco. Su principal actividad diferenciadora es el *trekking* con llamas. La propuesta se centra en rescatar las tradiciones ancestrales de las comunidades andinas que fomentan el uso y el mejoramiento de la llama como animal de carga. De esta manera, Llama Pack potencia la imagen del animal emblemático del Perú y genera experiencias únicas que son social y ambientalmente responsables, asegurando el desarrollo sostenible de las comunidades alto-Andinas.

Actualmente, la actividad de *trekking* en Los Andes es acompañada por animales no adaptados para la geografía o el clima. El uso de burros y caballos comenzó con la llegada de los españoles a Perú y se mantuvo desde entonces. Este cambio de uso de las llamas por los burros y caballos ha generado impactos negativos en diferentes niveles en el ecosistema altoandino y ha reducido la población de llamas de 30 millones a sólo 3 millones en los últimos 600 años.

Llama Pack tiene como misión revalorar la crianza y el uso de la llama de carga como herramienta para el desarrollo social de las comunidades campesinas y para la conservación de los ecosistemas de montaña. Llama Pack se compromete con las comunidades brindando capacitación en temas de turismo y uso de la llama como un animal para la conservación del ecosistema. De esta manera, se genera desarrollo, nuevas oportunidades de negocio y comercio sostenible a favor de la comunidad y los criadores de llamas.

Buscamos soluciones, ideas y propuestas de innovación que usen las herramientas y los campos del diseño para desarrollar una experiencia enriquecedora y única en un espacio de 32 hectáreas, donde las 2 hectáreas superiores serán el *Parque de la Llama* y el resto será usado para crianza de llamas y manejo de pastos.

Objetivos:

- Generar una experiencia única y novedosa.
- Desarrollar métodos para transmitir conocimiento en asociación con programas escolares y universitarios, tanto rurales como urbanos.
- Generar conciencia ambiental y aumentar el desarrollo económico, social y educativo en las comunidades.
- Repensar ideas para la mejora de la crianza y la calidad de las llamas en conjunto con las comunidades, asociaciones de criadores, instituciones comprometidas con la investigación y entidades estatales que promuevan la producción y la microempresa.
- Incrementar el número de comunidades que se sumen a la actividad.
- Mejorar plataformas de comunicación con comunidades con escasos recursos de infraestructura de telecomunicación.
- Mejorar el modelo de negocio basado en *trekking*.
- Considerar el desarrollo de modelos de negocio y desarrollo basado en turismo educativo (pasantías, prácticas y residencias).

PERU FOR LESS

Actualmente, el negocio del turismo une las expectativas del turista con una realidad estandarizada sobre el destino. Los operadores y agencias turísticas cuantifican sus ventas por el número de personas que suben a un bus, escuchan una reseña y bajan con unas pocas fotos de recuerdo que salen movidas por la velocidad a la que se desplazan para recoger al siguiente grupo. La experiencia de viaje cumple, pero no está diferenciada.

Es en este contexto donde Peru For Less, empresa peruana fundada hace 14 años, busca brindar una solución. La propuesta a trabajar es **PersonalizedTravel**: llevar la personalización de la experiencia de viaje al límite, curando y anticipando las necesidades del turista o viajero por medio de una minuciosa selección de profesionales, una plataforma online, y una experiencia de interacción empírica y diferente.

La visión de PersonalizedTravel está orientada a generar experiencias originales y particulares, que podrían ser vivir una experiencia cinéfila de Machu Picchu con un cineasta como guía o visitar el centro de Lima orientado a fiestas *underground* con un DJ local. Asimismo, el proyecto PersonalizedTravel contempla la realidad actual en la que hay miles de viajeros que quieren conocer los mismos destinos que la gran mayoría visita, pero necesitan un servicio personalizado que les haga sentir que la suma de sus experiencias vividas en Perú ha sido cuidadosamente desarrollada por profesionales que tienen la capacidad de conectarse con sus respectivas individualidades. La personalización no sólo radica en la enorme diversidad de intereses que puede haber, sino en ofrecer un amplio espectro de posibilidades desde lo más tradicional hasta lo más nicho.

Para este reto, Peru For Less cuenta con un equipo multiprofesional, con más de 2.000 testimonios y 250 vídeos con aproximadamente 900 clientes. Además, ha generado un amplio

network en el sector del turismo respaldado por sus operaciones de trabajo en Costa Rica, Brasil, Argentina, Bolivia, Ecuador y Chile donde también se podrá prototipar el resultado.

Estamos buscando ideas novedosas que estén basadas en la innovación a través del diseño y que cumplan los siguientes objetivos:

- Reflejar la diversidad de opciones de viaje (*User Experience*).
- Lograr que el usuario comunique y transmita las expectativas de viaje a la plataforma PersonalizedTravel para poder brindarle información inmediata y centrada en sus necesidades.
- Crear una experiencia donde los viajeros puedan comunicar sus preferencias y gustos de viaje de una manera creativa y efectiva. (*User Interface*).
- Diseñar una experiencia que anticipe y ordene todos los momentos del usuario en la web (*Customer Journey Map*).
- Cambiar el paradigma de vender paquetes estándar a Perú (y al mundo).
- Considerar qué métodos de pago pueden ser adecuados para esta experiencia.
- Considerar los procesos internos y de oficina necesarios para el desarrollo de la plataforma.

GASTRONOMÍA

El espacio de la cocina en Perú es un *hub*, un laboratorio de diálogo y expresión que une a todos los peruanos.

En los últimos años, la gastronomía peruana ha logrado posicionarse como un agente de cambio y como una parte fundamental de la identidad nacional. Sumándose a esto, Perú ha sido nombrado como el mejor destino culinario del mundo en el 2014-World Travel Awards.

La amplitud y diversidad del territorio peruano hace que muchos alimentos naturales y productos terminados no sean conocidos y que, por consiguiente, sus características y propiedades no sean conocidas ni valoradas.

El reto es reforzar los atributos de país: especialista, polifacético y cautivador; y proyectarlos en modelos de trabajo y sistemas que faciliten el reconocimiento, la historia, el comportamiento y la trazabilidad de los productos alimenticios para ayudar a la valoración de los actores de la cadena.

El objetivo es generar impacto al transmitir información. Generar conocimiento que impulse el desarrollo de los productos de origen. Esto es especialmente importante ya que generará trabajo de manera descentralizada, rehabilitará la identidad y apoyará el desarrollo económico local.

AMAZ FOODS

El mercado del cacao y del chocolate a nivel mundial es muy competitivo. En Perú, tanto la ventaja como el reto para posicionarse residen en el manejo de la diversidad. El desafío puede superarse en la medida que se encuentren soluciones que agrupen, clasifiquen, procesen y expongan los mejores productos a nivel organoléptico y nutricional dentro de la industria de alimentos, cosmética, farmacéutica y nutracéutica; y que estén enmarcados dentro de modelos de negocio sociales, amigables y sostenibles.

Amaz nace a inicios del año 2012 como una iniciativa familiar, orientada a generar mercados sostenibles bajo principios de Biocomercio. Sus principales actividades son el desarrollo, la producción y la comercialización de chocolates, cacao y subproductos del cacao con una orientación especial por el impulso de la biodiversidad y por el trabajo de recuperación de los orígenes de variedad y sabor original.

Teniendo en cuenta la creciente demanda del cacao nativo y reconociendo que el cacao peruano es de alta gama, Amaz Foods asume el rol de plataforma de organización para la trazabilidad del cacao y subproductos. Este sistema de organización facilitará la recuperación y revalorización del cacao de origen, educará e informará al consumidor sobre el producto y proceso, apoyará a la estandarización, trabajará con historias y orígenes y, finalmente, organizará una red de agricultores a los cuales beneficiará con programas de educación, con precios justos para que se reconozcan los valores del producto que siembran y cosechan.

La convocatoria de ideas busca propuestas que usen todas las herramientas del diseño para generar innovación en el sector y crear un sistema de trazabilidad.

Los objetivos son:

- Poner en evidencia la cadena de valor del cacao y chocolate peruano desde sus orígenes.
- Generar experiencias y conocimiento para educar al consumidor final.
- Conocer los usos y patrones de consumo.
- Preservar la variabilidad genética de los cacaos de origen.
- Usar el diseño (User Experience, User Interface, gráfico, producto y servicios) para generar la propuesta.
- Plantear el sistema como una plataforma de uso abierto.
- Incluir una propuesta de identidad y *branding* para el sistema de trazabilidad.

PISCOSOUR.COM

Piscosour.com es un *magazine* y *marketplace online* que opera desde el 2009 con el objetivo principal de entretener, inspirar y educar a entusiastas, conocedores y curiosos acerca del vasto universo del pisco y su coctelería.

El pisco es la bebida alcohólica con denominación de origen peruano. Actualmente es demandado por todos los bares cosmopolitas a nivel mundial. Esta demanda aún no ha sido cubierta debido a que los distribuidores principales trabajan a escala y las uvas con las que se produce el aguardiente varían dependiendo de la región en la que se cosecha. La naturaleza y la situación actual del mercado ofrecen retos para nuevas alternativas de comercialización y difusión del producto.

Teniendo en cuenta esta coyuntura, Piscosour.com ofrece reseñas detalladas, información de actualidad y de productos relevantes al pisco, generando así información y conciencia para el momento decisivo de la compra. De esta manera Piscosour.com fomenta el consumo de pisco artesanal exponiéndolo a un mercado internacional.

Objetivos:

Encontrar propuestas innovadoras a través del diseño (User Experience, User Interface, diseño de producto, diseño de sistema, diseño comprensivo, etc.) que:

- Propongan un sistema de trazabilidad para organizar la producción de pisco de los artesanos.
- Expongan la diversidad y el valor artesanal del pisco y de los pequeños productores.
- Mejoren la experiencia (*User Experience*) de compra y selección del producto a través de la plataforma *online*.
- Conectar al pequeño productor con Piscosour.com