

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**

**TOULOUSE
LAUTREC**

APOYA CAUSA

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

AUTORES:

Alejandra Carolina Grippa Medina
(ORCID: 0000-0003-1703-8112)

José Antonio Echarri Mendoza
(ORCID: 0000-0001-5075-7288)

Lima - Perú
2021

Resumen

El proyecto de innovación Apoya Causa se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de información y comunicaciones y busca resolver que los jóvenes peruanos se interesen y participen en las diversas necesidades de su entorno siendo más responsables y solidarios teniendo como población beneficiaria a los jóvenes peruanos entre 18 y 28 años de edad así como, las organizaciones y programas o colectivos de ayuda social interesados en participar de la iniciativa. Y por último las empresas públicas o privadas que busquen realizar labor social.

Se aplicó la metodología de Design Thinking y Lean Startup, que contempla herramientas colaborativas y de pensamiento visual como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en conectar a los jóvenes y empresas con espíritu solidario, dispuestos a dar una mano, a través de organismos colectivos o iniciativas sociales, se trata de una propuesta orientada a estimular y sensibilizar en el joven la capacidad de indagación y de iniciativa que además, promover una comunidad solidaria y empática mediante un servicio con plataformas interactivas que promuevan la acción y faciliten la conexión brindando contenido de valor.

A través, de campañas de comunicación creativas abordadas de imágenes como motion graphics, animaciones o videos cortos, se publicará en las redes alguna necesidad de la comunidad con un lenguaje directo y juvenil para lograr de esta manera, el enlace directo del público a la página web. Se pretende contribuir con la educación solidaria y colaborativa en general y promover las interacciones sociales basadas en la información.

Se trabajará en la constante captación de programas, colectivos, instituciones sociales u organizaciones interesadas en la afluencia y contacto de jóvenes. Será necesario desarrollar una campaña de publicidad y marketing en donde influencers y líderes de opinión, participarán en la comunicación y ayudarán a promocionar la solución. Por otro lado, se gestionará el servicio de voluntariado a empresas que busquen realizar labores sociales, servicio que será diseñado y adaptado a la necesidad de cada propósito.

Para la experimentación se diseñaron prototipos para la promoción, comunicación y uso del servicio. Se experimentó inicialmente con la creación de una campaña gráfica, con una serie de mensajes simples pero pregnantes y un lenguaje juvenil, donde la clave fue la comunicación directa acorde al lenguaje del usuario.

Posteriormente, se realizó el servicio mínimo viable del proyecto, reflejado en la técnica Blueprint que permitió tener una visión sobre la experiencia vivida del usuario. Gracias al alcance de esta campaña de sensibilización, muchos usuarios, en su mayoría jóvenes de 18 a 24 años, pudieron interactuar en la red informando su interés de querer apoyar. Es en esta etapa se midió la efectividad del proyecto, basándose en las respuestas y comentarios brindados por los participantes, logrando aumentar el número de seguidores

y su reincidencia en la red y en la web web día a día. Se midió además, el interés de participar en la iniciativa de más programas y colectivos solidarios.

En segundo lugar, se realizaron encuestas en cuyas preguntas se planteó la idea de negocio, lo cual ayudó a saber si el usuario la comprendía, si los temas tratados eran de su preferencia y qué recomendaciones podrían brindar al proyecto.

El reto de innovación logró recaudar algunas donaciones para un programa de ayuda animal (Mish) y pudo también, contactarse con más programas y proyectos solidarios interesados en participar de la iniciativa y deseosos de que podamos difundir sus próximas actividades y actuales necesidades. Entre ellos figuran, el Proyecto Arqueológico Cerro de Oro (esfuerzo en conjunto con la facultad de Arqueología de la PUCP y la Municipalidad Distrital de San Luis Cañete - Gestión 2019 - 2022), el programa solidario Salvando una pata y el ya mencionado Mish.

Además, se publicaron otras iniciativas individuales de jóvenes interesados en ser parte de la labor de APOYA CAUSA, una de ellas fue el difundir un pedido de “El Comedor Parroquial Dios es Amor” que alimenta a 120 ancianos de Villa María del Triunfo.

En el proceso de experimentación se siguió con la importantísima búsqueda de alianzas con instituciones públicas y/o privadas que patrocinan la iniciativa. A la fecha, se cuenta con el interés de la empresa Bon Beef, restaurante gourmet especialista en la venta de hamburguesas y el apoyo de la marca Tunche, carbón ecológico y sostenible proveniente de la empresa maderera Bozovich, comprometida con la conservación del bosque tropical como fuente renovable de recursos y de vida. Dichas empresas, Tunche y Bon Beef presentaron gran interés en participar del presente emprendimiento.

Todos estos primeros resultados gratificantes se deben a la asertiva comunicación y efectiva manera de llegar a los usuarios, a los que se le brinda además información adicional que complementa la causa publicada, haciéndola más interesante y relevante retando el interés social y motivo de ayuda.

Se concluye que los usuarios (jóvenes peruanos entre 18-28 años), tienen intención de participar en la solución de problemas o necesidades relacionadas a su entorno o comunidad. Se deduce también, que los jóvenes autocritican su participación, son conscientes que el desarrollo de sus habilidades y capacidades es irregular, limitando sus actividades y desempeño personal o social.

El boom tecnológico y el acceso a las redes son oportunidades claves para el fortalecimiento del desarrollo y la participación juvenil. Son un gran medio de comunicación, alcance y difusión. La propuesta exige explotar este recurso y permitir acercarse de manera efectiva con apertura, transparencia y confianza.

En ese sentido, se observó que los jóvenes necesitan constante y actualizada información por parte del servicio, contar siempre con una comunicación simple, jovial y divertida, siendo primordial, publicar constantemente mensajes que anuncien el propósito y las diferentes actividades de APOYA CAUSA. Gracias al proceso de desarrollo de la iniciativa, con ayuda de diversas herramientas visuales, se ha podido comprender la diversidad de actores sociales presentes, comprender sus ideales, aportes, necesidades y

dificultades así como también, sus formas de interacción y con ello, el tipo de sociedad que se quiere ir creando.

Otro punto importante a considerar sería que para tener una adecuada captación de voluntarios en la iniciativa, son importantes las estrategias de marketing ya que permitirá mejorar la imagen, incrementar la cantidad de usuarios y captar patrocinadores. Se debe de vincular los sectores lucrativo y no lucrativo para ser sostenible.

APOYA CAUSA avizora y se compromete en ser el influencer de la solidaridad peruana, en iniciar un camino de descubrimiento de saber ser y estar en sociedad.