

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**

**TOULOUSE
LAUTREC**

NUNA HOME

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

AUTORES:

Ana Lisette Prieto Cardoso
(ORCID: 0000-0002-3515-5323)

Fiorela Galindo Bravo
(ORCID: 0000-0002-0786-7411)

Lima - Perú
2021

Resumen

El proyecto de innovación NUNA HOME se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Industria manufacturera y busca resolver la Falta de oportunidad y reconocimiento al mercado local en el rubro inmobiliario teniendo como población beneficiaria a los productores de muebles del parque industrial en Villa El Salvador.

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 una plataforma digital para la compra y venta de mobiliario, se trata de un mecanismo que facilite a los productores locales ampliar su mercado. Estos productores fueron cuidadosamente seleccionados para nuestro público objetivo, quienes buscan un estilo de muebles en tendencia a costos accesibles. El objetivo de la plataforma es brindar opciones locales de primera calidad con pequeños productores certificados en la tala y uso de madera nacional. Pensamos la plataforma en una web vistosa que luzca cada pieza de mobiliario, para captar a nuestro público objetivo y también atraer a otros compradores que prefieren muebles importados.

Para la experimentación se diseñaron prototipos en las redes sociales como Facebook e Instagram, posterior a eso se realizó la experiencia de compra en Shopify con los primeros productores de muebles captados. Se trabajó el branding y esencia de la marca con el objetivo de que refleje a los productores, teniendo un logo con trama peruana pero sutil, de igual manera que sea atractiva para nuestro público objetivo, manteniendo colores básicos y teniendo una web muy limpia. El testeo a los clientes se inició por las redes sociales, poniendo los muebles en cartera en publicidad de Instagram y Facebook. Estos canales digitales nos permitieron tener interacción con nuestro target y proponer mejoras en nuestra plataforma y sugerir opciones para más ventas a nuestros productores, como, por ejemplo: realizar cambio de tapices con el mueble seleccionado, sugerir redimensionar algunos muebles, proponer nuevos modelos de tendencia en el mercado. Para los productores captados que desearon trabajar con nosotros inicialmente, se les ofreció esta plataforma como medio alternativo de ventas para llegar a puntos específicos de la ciudad e incrementar su cartera de clientes.

Se concluye que la solución propuesta impulsa la valoración a productos y materia prima nacional, generando un flujo económico en este pequeño sector. Estimula la mano de obra local y pequeños talleres de manufactura emergentes en las zonas industriales de Lima que cuenten con certificación de madera. Es por ello que se recomienda promover los productos locales y tener un control de productores de madera respecto a las talas, con esto esperamos a que el consumo de mobiliario sea responsable.