

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

**TOULOUSE
LAUTREC**

FASHION MOVING CASTLE

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

AUTORES:

VICTOR CHRISTOFHER CALLAHUI ALARCÓN
(<https://orcid.org/0000-0003-1967-1077>)

VALERIA SOFIA CIENFUEGOS ZEGARRA
(<https://orcid.org/0000-0001-9642-4438>)

Lima - Perú
Año 2021

Resumen

El proyecto de innovación **FASHION MOVING CASTLE** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de **Competitividad y diversificación industrial** y la actividad económica de **Comercio** y busca resolver **el poco alcance que poseen los emprendimientos digitales de moda y accesorios de los jóvenes peruanos en la actualidad para con sus consumidores finales**, teniendo como población beneficiaria a **los jóvenes emprendedores peruanos ubicados en el ámbito del E-COMMERCE**, brindándoles una feria itinerante en una minivan adaptada para exhibir 5 marcas del rubro de moda y accesorios, con la meta de que estas marcas puedan acercarse de forma física a sus consumidores finales, además de la exhibición y venta de estos productos, ligado con los mercados en línea de estas marcas.

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 **exhibir, comercializar y acercar los productos de diferentes emprendimientos online en un vehículo que permitiría crear una pequeña feria itinerante, acercando así estos productos al consumidor final**. Se trata de un vehículo de denominación “Minivan” adaptado interiormente para facilitar la exhibición y almacenamiento de los productos dados por las marcas, este vehículo se movilizara por diferentes distritos, en puntos estratégicos (como parques o zonas residenciales) acercando las marcas a sus posibles clientes para que estos puedan ver y tocar el productos expuesto, creando así confianza en la marca. Las redes sociales serán uno de los principales apoyos publicitarios para esta propuesta ya que se anunciarán los puntos en donde se desarrollará la feria, esto irá de la mano con la promoción que den las marcas y las ferias de las municipalidades, con las cuales hablamos e incluso conseguimos una respuesta escrita de la municipalidad de Miraflores.

Para la experimentación se diseñó un prototipo, donde alquilamos una minivan, para luego hablar con cinco marcas seleccionadas a través de las redes sociales, que participaron de la investigación y estuvieron de acuerdo en participar, seguido hablamos con el comité de una residencial ubicada en San Martín de Porres, para obtener el permiso de estar en el estacionamiento por 2 horas, se procedió a hacer publicidad por las redes sociales y luego dentro de la misma residencial, el vehículo estuvo 2 horas en el parque donde las personas pudieron acercarse a ver y a comprar los productos.

Se concluye que la solución propuesta **funciona, ya que las marcas generaron ventas y aumentos de seguidores en sus redes sociales, los consumidores finales también lograron erradicar algunas dudas y miedos que tenían de la compra online, se recomienda seguir hablando con las municipalidades para obtener nuevos puntos de ruta y poder así seguir acercando las marcas a sus consumidores.**

Lista 1, Área estratégica de desarrollo prioritario (Perú)

¿A qué clase de problema le da solución mi proyecto?

1. Seguridad alimentaria
2. Salud y bienestar social
3. Tecnología ambiental sostenible
4. Tecnología de materiales
5. Biotecnología y valoración de la biodiversidad
6. Competitividad y diversificación industrial

Lista 2. Actividad económica en la que se aplicará la innovación

Las actividades económicas en el Perú son 17:

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
2. Explotación de minas y canteras
3. Industrias manufactureras
4. Electricidad, gas y agua
5. Construcción
6. Comercio
7. Transporte y almacenamiento
8. Actividades de alojamiento y servicios de comida
9. Información y comunicaciones
10. Actividades financieras y seguros
11. Actividades inmobiliarias
12. Actividades profesionales, científicas y técnicas
13. Administración pública
14. Enseñanza
15. Salud humana y asistencia social
16. Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas
17. Otras actividades de servicios