

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

**TOULOUSE  
LAUTREC**

**HAWA**

Proyecto de innovación para obtener el grado de bachiller en  
Comunicación Audiovisual Multimedia

**AUTORES:**

**MARÍA CAROLINA ALCÁNTARA BUSTAMANTE**

**ORNELLA NICOLE ALVARADO PEREYRA**  
(<https://orcid.org/0000-0003-4340-5692>)

Lima - Perú  
**2022**

## Resumen

El proyecto de innovación Creación de un Negocio Textil Triple Balance con la Misión Social de Disminuir la Desnutrición Infantil en Niños Y Niñas De 3-5 Años en el Distrito De Villa El Salvador se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar Social y la actividad económica de Salud humana y asistencia social y busca resolver la disminución de la desnutrición infantil en el distrito de Villa el Salvador, teniendo como población beneficiaria niños y niñas de 3 a 5 años y padres y madres de familia.

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, estas herramientas contemplan la colaboración y el 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 la creación de un Negocio Textil Triple Balance, se trata de un(a) marca de ropa ecológica llamada HAWA, la cual tiene una misión social como marca: disminuir la desnutrición infantil en niños y niñas de 3 a 5 años en el distrito de Villa el Salvador, esto gracias a las macro-ventas en puntos estratégicos, aplicando un neuromarketing que hace sentir al consumidor que forma parte del cambio. De esta manera, se logrará solventar económicamente la implementación de un centro de ayuda nutricional que brinde atención médica, una buena alimentación nutritiva a través de su comedor infantil que cuente con censos mensuales para las canastas y loncheras nutritivas.

Para la experimentación se diseñó la ruta de página web HAWA como prototipo. La primera validación se realizó en baja fidelidad a 12 usuarios, con el fin de testear solo la ruta y saber si se comprendía la página web. Luego de ello nos dimos cuenta de ciertos errores y oportunidades de mejora, como reducir el texto innecesario en algunos casos, ya que por encima de ello la opinión del público fue favorable (el 80% de testeados terminó la validación, el 20% no terminó la validación).

Para la segunda y tercera validación se realizaron entrevistas y lanzamientos de experimentación en alta fidelidad, logrando una buena aceptación por parte de los usuarios en cuanto a los colores de marca, imágenes de la ropa, información de HAWA como marca, precios y ruta de compra. Teniendo resultados positivos y una gran expectativa por parte de los usuarios ante el lanzamiento de la marca.

Se concluye que la solución propuesta ha permitido recolectar una amplia información que respalda la creación del negocio triple balance a través de la marca HAWA, la cual produce un impacto positivo en los niños, padres y madres de familia de Villa el Salvador, siendo una herramienta que se ajusta a las necesidades de los potenciales usuarios y beneficiarios, cumpliendo con la propuesta de valor y misión de la marca. Se recomienda

realizar un estudio estructural a nivel urbano previo a la implementación del centro de ayuda: posta médica y comedor infantil.