

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



CREANZA

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

AUTORES:

MARIA ALEJANDRA MENDOZA PALOMINO

SOFIA MELISSA PALACIOS RAMOS

Lima - Perú
2021

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación CREANZA se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Otras actividades de servicios, que busca fortalecer la confianza de los emprendedores para poder emprender digitalmente, teniendo como población beneficiaria a los emprendedores por necesidad-oportunidad y oportunidad.

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 personificación de la amiga del mundo del diseño gráfico y publicitario, llamada Creanza. Es generadora de confianza y está dispuesta a apoyar, escuchar, valorar, difundir y acompañar en el crecimiento de cada emprendimiento de su comunidad, se trata de una plataforma digital que ayuda a dar visibilidad a emprendimientos, asesora en temas de branding y estrategias de contenido y ofrece productos de papelería a través de kits. Cada uno de estos productos está dirigido a un tipo de emprendedor, considerando que el presente proyecto de innovación se enfocará en el emprendedor de necesidad-oportunidad y oportunidad. Esta plataforma será fortalecida con las redes sociales de Creanza, medio por el cual se compartirá contenido educativo, tutoriales y herramientas para llevar al éxito en la digitalización de los emprendimientos de su comunidad.

Para la experimentación se diseñó una página web con todo lo que ofrece Creanza a su comunidad. Por otro lado, se creó una cuenta en Instagram llamada @creanzaperu, la cual generó contenido relevante para los emprendedores. Para la validación de los productos y servicios que ofrece Creanza se realizaron 10 entrevistas y la venta de dos kits, uno básico y otro personalizado. Como resultado, los emprendedores afirmaron que el número de piezas gráficas que se ofrecen en los kits, es el más adecuado, debido a que al inicio no suelen tener muchas ventas. Respecto a la asesoría, se realizaron dos asesorías a emprendimientos que fueron entrevistados en la etapa de investigación. Como resultado, los emprendedores estuvieron de acuerdo a que este tipo de asesorías sean personalizadas y no grupales, con el fin de realizar un seguimiento y diagnóstico más adecuado. Finalmente como validación de las redes sociales, se pudo afirmar que el contenido en formato de reels, tiene un mayor alcance con el público objetivo, llegando a un número de 3,397 cuentas.

Se concluye que la solución propuesta del presente proyecto de investigación, cumple con los objetivos trazados en el reto de innovación, esto se plasma a las soluciones que tiene Creanza para su comunidad: Digitalización de los negocios, brindándole asesorías para generar contenido atractivo y funcional a los consumidores; kits personalizados, los cuales causarán una primera buena impresión en los clientes y posteriormente se logrará fidelizarlos; y finalmente, contenido relevante que promoverá y apoyará a los emprendedores en proceso a la digitalización de su negocio.