

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



**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**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño

Publicitario:

AUTORES:

Ailin Xiomara Barzola Gallegos

(0000-0001-7040-9432)

Claudia Almendra Chavez Barbieri

(0000-0003-4986-7230)

Asesora

Lía Rebaza López

(0000-0003-2147-5358)

Lima - Perú

MAYO 2022

NOMBRE DEL TRABAJO

CREACIÓN DE UN NEGOCIO TEXTIL TRIPLE BALANCE CON LA MISIÓN SOCIAL DE DISMINUIR LA DESNUTRICIÓN INFAN

RECUENTO DE PALABRAS

9075 Words

RECUENTO DE CARACTERES

49564 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

43 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.4MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 23, 2024 8:44 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 23, 2024 8:45 PM GMT-5

● 22% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 19% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen del Trabajo de Investigación

Según el último informe de la ONU centrado en los efectos del calentamiento global, revela que las consecuencias de este cambio climático no sólo perjudicarán el bienestar ecológico, sino que también tendrá repercusiones en la actividad económica a nivel agrícola y ganadero, como consecuencia, un mayor índice de pobreza y de hambre.

En Latinoamérica, el hambre y la pobreza aún es una problemática por resolver. Mantener una buena nutrición en los niños desde temprana edad es de vital importancia para su desarrollo y salud, pero las limitantes económicas impiden que los padres de familia puedan brindarles a sus hijos alimentos realmente nutritivos.

El objetivo supone crear el “Negocio triple balance”, el cual tiene como propósito disminuir la desnutrición infantil en niños de 3 a 5 años, vendiendo ropa ecológica de impacto social, aplicando neuromarketing para hacer sentir al consumidor parte del cambio. La metodología empleada es Toulouse Thinking, la cual consiste en investigar, idear, desarrollar y transferir. Asimismo, se da a conocer la idea de innovación y factibilidad del negocio mediante métodos de investigación como: Focus Group, entrevistas, encuestas a la muestra principal (padres de familia, jóvenes, adultos, niños y especialistas en el tema) donde se aplican talleres generativos y un proceso de observación. Como resultado, el negocio de triple balance es una ayuda importante para las necesidades que carecen la muestra del proyecto, obteniendo resultados positivos ante el impacto social mediante la implementación de un centro de ayuda nutricional y un comedor infantil, que será de gran beneficio para ellos.

Palabras clave: Negocio triple balance, Indumentaria sostenible, desnutrición infantil, Impacto social, economía circular.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de investigación	
1. Contextualización del problema.....	5
2. Justificación.....	7
3. Reto de Innovación.....	9
4. Sustento teórico.....	11
4.1 Estudios previos.....	11
4.2 Marco teórico.....	16
5. Beneficiarios.....	20
6. Propuesta de valor.....	24
6.1 Propuesta de valor.....	24
6.2 Segmento de clientes.....	24
6.3 Canales.....	25
6.4 Relación con los clientes.....	25
6.5 Actividades clave.....	25
6.6 Recursos clave.....	25
6.7 Aliados clave.....	26
6.8 Fuentes de ingreso.....	26
6.9 Presupuesto.....	27
7. Resultados.....	28
8. Conclusiones.....	30
9. Bibliografía.....	31
10. Anexos.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Presupuesto de inversión</i>	38
------------------------------------------------	----

1. Contextualización del Problema

Se define desnutrición infantil como la insuficiente distribución de proteínas, calorías, necesarias para satisfacer las necesidades alimentarias del organismo, la nutrición debería generar en los niños, un crecimiento y desarrollo adecuado, sin perjudicar el aspecto físico, neuroquímico y neurofisiológico para que puedan desenvolverse sanamente en su entorno social, obteniendo con ello una adecuada satisfacción corporal y mental.

Según la UNICEF (2011) menciona que: La desnutrición infantil es el resultado de la ingesta insuficiente de alimentos (en cantidad y calidad), la falta de una atención adecuada y la aparición de enfermedades infecciosas, siendo este el principal factor para un mal funcionamiento de su cuerpo. (p. 6)

El gobierno Peruano cuenta con diversos programas sociales para reducir la desnutrición en el Perú, buscando de esta manera la solución a dicha problemática, estos son: Nutriwawa, teniendo un inicio en el 2014, se intervino en todas las regiones del país, priorizando las que reportan altos índices de anemia y desnutrición crónica infantil, seguido del Vaso de Leche en el año 1985 en todas las Municipalidades Distritales, actualmente no ha tenido avances en la labor social contra la desnutrición por denuncias de apropiación de productos del programa social. Y la Nutri Caravana que inició en el año 2016 con intervenciones urbanas en los mercados de diferentes partes del Perú.

Según INEI (2020), se realizó la investigación sobre la desnutrición, es una afección que se presenta cuando el cuerpo no recibe los nutrientes necesarios, en lo que refiere al Perú la desnutrición crónica en la población infantil menor de cinco años es del 13,1%, causando alteraciones en el sistema nervioso, problemas o retraso en el aprendizaje y escasas habilidades socioemocionales. Pero también es necesario tener en cuenta que este déficit cognitivo, problemas en el neurodesarrollo, o en el desarrollo del sistema nervioso, presentan factores esenciales que no siempre están ligados a la desnutrición. Tal es el caso de los

factores internos ya programados, que es el potencial genético, y toda esa carga como herencia genética que conlleva, que no tiene nada que ver con la desnutrición, sino con un factor genético hereditario.

Por otro lado, están los factores externos no programados, que son ambientales o ligados a la desnutrición, cabe resaltar que la nutrición es pieza clave para mantener un desarrollo sano en cada etapa de nuestra vida, y dentro de estos factores externos no programados también cabe mencionar las complicaciones en el parto como envejecimiento de placenta o cianosis previo al llanto. Según las entrevistas realizadas por el equipo HAWA (2022), se sabe que la desnutrición afecta cada área del proceso de crecimiento y desarrollo humano, y en ocasiones, las consecuencias son irremediables, siendo estas: reducción del peso cerebral, disminución del número de neuronas, cambios en la estructura neuronal, cambios en la estructura de arborización dendrítica y anormalidades en la espina dendrítica, es decir, la desnutrición en niños de 3 a 5 años genera un crecimiento y desarrollo inadecuado a nivel integral, perjudicando el aspecto físico, neuroquímico y neurofisiológico.

Siendo así la desnutrición infantil en niños de 3 a 5 años en el Departamento de Lima, distrito de Villa El Salvador una problemática latente por atender. Según Pedro Javier Navarrete Mejía, Juan Carlos Velasco Guerrero, Manuel Jesús Loayza Alarico, Zoel Aníbal Huatuco Collantes (2016) hablaron sobre la *Situación nutricional de niños de tres a cinco años de edad en tres distritos de Lima Metropolitana*, que las mediciones han permitido determinar que los infantes han presentado desnutrición crónica con un porcentaje de 6.9%. Asimismo, en relación con la desnutrición aguda como estado nutricional, los niños y niñas del mismo distrito, presentaron un 0.9% en dicha rama.

Es por ello que se busca, desde la carrera de Comunicación Audiovisual y Multimedia, Diseño y Dirección Publicitario, la creación de un negocio triple balance enfocado en la moda ecológica, generando un impacto social gracias a las estrategias de

publicidad y neuromarketing que se aplicarán, teniendo como efecto en los compradores el hacerlos sentir que forma parte del cambio “no visto moda, visto cambio”. Se trabajarán con puntos de venta estratégicos para lograr macro-ventas, de esta manera se podrá solventar económicamente la misión social de la marca, que es ayudar a disminuir la desnutrición infantil en los sectores más vulnerables de Villa El Salvador: construyendo un centro de ayuda físico en el cual se brindará programas de intervención social, un comedor infantil que provea los nutrientes necesarios, atención médica y talleres educativos. Por otro lado, y al mismo tiempo, esta marca de ropa también generará puestos de trabajo para las familias vulnerables de Villa el Salvador, ya que, según la investigación realizada, uno de los principales factores de la desnutrición infantil en este sector es la falta de trabajo y escasos recursos.

2. Justificación

2.1 Justificación Social

Según las entrevistas realizadas por el equipo HAWA (2022) y la revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública (2011) definen que la desnutrición que hoy en día padecen los niños en Villa el Salvador, incrementa cada vez más por la falta de recursos económicos, siendo esta una urgencia social debido a las consecuencias nutritivas en el comedor infantil de dicho centro social, ya que conlleva a un crecimiento y desarrollo inadecuado perjudicando el aspecto físico, neuroquímico y neurofisiológico en el cerebro del niño, afectando su nivel de retención de información y aprendizaje, siendo esta una de las causas para alteraciones tanto físicas como psicológicas y en el peor de los casos la muerte en el menor.

Es por ello que, como equipo, se ha propuesto una idea de solución que traerá beneficios al sector vulnerable en cuestión: se implementará un centro de ayuda nutricional

en el cual se brindará atención médica. Además de un censo a los beneficiarios para la repartición de canastas y loncheras nutritivas.

2.2 Implicancias prácticas

Esta investigación se realiza para poder llegar a una solución que tenga como consecuencia mejorar la salud nutricional de los infantes vulnerables en el distrito de Villa el Salvador, para esto, se ha diseñado un negocio triple balance enfocado en la moda ecológica, el cual va a generar un impacto social gracias a las estrategias de publicidad y neuromarketing que se aplicarán, teniendo como efecto en los compradores el hacerlos sentir que forma parte del cambio vistiendo la frase que caracterizará a la marca “no visto moda, visto cambio”. Se trabajarán con puntos de venta estratégicos para lograr macro-ventas, de esta manera se podrá solventar económicamente la misión social de la marca, que es ayudar a disminuir la desnutrición infantil en los sectores más vulnerables de Villa El Salvador, esta ayuda tendrá como iniciativa construir un centro de ayuda física en el cual se brindará programas de intervención social, un comedor infantil que provea los nutrientes necesarios, atención médica y talleres educativos. Por otro lado, y al mismo tiempo, esta marca de ropa también generará puestos de trabajo para las familias vulnerables de Villa el Salvador, ya que, según la investigación realizada, uno de los principales factores de la desnutrición infantil en este sector es la falta de trabajo y escasos recursos.

El área enfocada a la atención médica, está equipada con varios tipos de artículos y elementos, los cuales implican documentación legal y oficial a la vista para el fácil acceso a los papeles de licencia de funcionamiento, expediente clínico, ya que el artículo 1 de la Ley N° 30024, Ley que Crea el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas establece que la Ley tiene por objeto crear el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas y establecer sus objetivos, administración, organización, implementación, confidencialidad y accesibilidad; también debe contar con papelería, el consultorio debe tener una hoja diaria

para el registro de pacientes y contar con un recetario médico impreso que cumpla con los lineamientos vigentes. Sala de espera con butacas, el consultorio debe contar con sala de espera con un mínimo de seis lugares. Nombre y título del médico, se debe colocar en algún espacio visible del consultorio el nombre y título del médico a cargo del consultorio, así como los horarios de consulta para la atención en desnutrición infantil y chequeo general. Así mismo, debe contar con asientos y camilla dentro del consultorio, un escritorio con silla y área de interrogatorio en frente de este con al menos dos asientos (uno para un paciente y otro para un acompañante). Además de un espacio para la exploración física conformado por una camilla. Cestos de basura, área de desinfección, utensilios médicos Botiquín y extintor.

Este será un negocio con una misión social clara: disminuir la desnutrición en los infantes del distrito de Villa el Salvador.

2.3 Justificación Metodológica

En base a la problemática “Desnutrición infantil en niños y niñas de 3 a 5 años en el distrito de Villa el Salvador” se ha llevado a desarrollar un sistema de resultados estadísticos detallados a través de la metodología Toulouse Thinking, que consiste en: encuestas, entrevistas, intervenciones digitales de observación, talleres generativos para las madres de familia y un focus group para validar la idea de solución como negocio triple balance, el cual ha sido de ayuda para encontrar resultados cuantitativos y cualitativos y así adentrarnos tanto en el arquetipo de usuario como el del consumidor, en base a conclusiones específicas.

3. Reto de innovación

Creación de un negocio triple balance que atienda la problemática de la desnutrición infantil en niños de 3 a 5 años del distrito de Villa el Salvador, creando la marca HAWA, mediante la cual se venderá ropa ecológica de impacto social, aplicando un neuromarketing que hace sentir al consumidor que forma parte del cambio. De esta manera, se logrará solventar económicamente la misión social como marca, que es: implementar un centro de

ayuda nutricional que brinde atención médica, una buena alimentación nutritiva en su comedor infantil que cuente con censos mensuales para las canastas y loncheras nutritivas.

3.1. Preguntas de investigación

Pregunta general

P1: ¿De qué manera a través de un negocio textil se puede ayudar a reducir la desnutrición en infantes de 3 a 5 años de Villa el Salvador?

Preguntas específicas

P1: ¿Qué diseño y material llamará la atención del público objetivo?

P2: ¿Qué estrategias audiovisuales y publicitarias se utilizarán para la distribución y venta de ropa ecológica?

P3: ¿Con qué frecuencia se brindarán las campañas de intervención social contra la desnutrición infantil en el distrito de Villa el Salvador?

P4: ¿Qué impacto causará un negocio textil de triple balance sobre la disminución de la desnutrición infantil en el distrito de Villa el Salvador?

3.2. Objetivos

Objetivo general

O1: Crear 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.

Objetivos específicos

O1: Usar material ecológico en la creación de las prendas que se pondrán a la venta.

O2: Aplicar las estrategias del neuromarketing para la distribución y venta de ropa ecológica.

O3: Definir los tiempos adecuados para las campañas de ayuda social.

O4: Verificar el impacto del negocio textil de triple balance sobre la disminución de la desnutrición infantil en el distrito de Villa el Salvador.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

Antecedentes

Fabiola Berrocal Ramirez, Cecilia Medina Ccoyllo (2015) desarrollaron la tesis *Modelo de gestión pública para la reducción de la desnutrición crónica infantil en la ciudad de Cusco: Proyecto nutritasa*, para optar el Grado Académico de Magíster en Gestión de la Inversión Social, en la Universidad del Pacífico de Lima.

Tuvo como objetivo proponer un modelo de gestión articulado y multisectorial para la reducción de la DCI, centrado en la atención de los principales factores asociados a dicho problema de salud pública (para poblaciones urbanas) y basado en evidencia de intervenciones internacionales efectivas.

Se escogió este estudio porque brinda información relevante al presente proyecto, ya que también busca disminuir la desnutrición infantil, mediante un negocio articulado centrado en la atención de los principales factores asociados a dicho problema de salud pública, asemejándose a nuestra solución del problema antes mencionado, mediante un negocio de triple balance que nos genere ingresos que serán destinados a la ayuda social.

Leonela Beatriz Garcia Peralta, Betsy Grace de la Ese Puell (2015) desarrollaron la tesis *Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa ecológica, ligada a la matriz productiva.*, para optar el grado de Contador Público Autorizado.

Tuvo como objetivo identificar la oferta y demanda que existe en el mercado de ropa ecológica, identificar los recursos que se requieren para la elaboración de ropa ecológica con el fin analizar la factibilidad de crear una empresa comercializadora de ropa ecológica en Ecuador.

Se escogió este estudio por su análisis de resultados en el retorno de inversión en ropa ecológica, ya que obtendrán un 68.40% equivalente a 3 años y medio para el retorno de la inversión realizada. Aplicando a nuestra expectativa de tasa de retorno, que nos permitiría tener mayores fondos recaudados destinados a las zonas vulnerables de Villa el Salvador con respecto a la desnutrición infantil.

Consuelo Zoraida Chunga Tume (2017) desarrolló la tesis *Efectividad de una intervención educativa sobre preparación de loncheras saludables en las madres de niños en edad preescolar de la institución educativa inicial n° 1447 san José - la unión, marzo - abril 2017 para optar el título de licenciada en enfermería.*

Tuvo como objetivo determinar la efectividad de una intervención educativa sobre preparación de loncheras saludables en las madres de niños en edad preescolar de la I.E. N0 1447 “San José” - La Unión, marzo – abril 2017. Con el propósito de proporcionar información actualizada a la Institución Educativa a fin de que establezcan las coordinaciones entre salud y educación; y formulen y/o diseñen estrategias destinadas a desarrollar actividades preventivo-promocionales sobre la alimentación saludable en el niño en edad preescolar.

Se escogió este estudio por su implementación educativa en la elaboración de loncheras saludables que priorizan un correcto balance nutricional, ya que nosotras buscamos implementar un centro de ayuda social que reduzca la desnutrición infantil en el sector vulnerable de Villa el Salvador.

Marta E. Castro R. (2012) desarrolló la tesis de *La moda ecológica y el reciclaje como alternativas de desarrollo de las MYPIMES en Costa Rica*, para optar el Título profesional de diseñadora de modas, en el Instituto Nacional de Núcleo Textil de Costa Rica.

El cual tuvo como objetivos específicos recopilar información acerca de las empresas de la GAM, dedicadas a la fabricación y/o comercialización de prendas relacionadas con la ECO- MODA Suministrar información acerca del tipo de prendas textiles con carácter ecológico que se ofrecen en la GAM y fuentes de las materias primas utilizadas. Determinar el grado de conocimiento de los productores nacionales acerca de las mega tendencias internacionales de la moda, de manera que estas prendas evolucionan con la moda. Analizar el grado de promoción de las prendas ecológicas y su influencia en los consumidores de la GAM, buscando aumentar el nicho del mercado. Determinar el perfil y la segmentación del posible consumidor de prendas textiles ecológicas con el fin de proponer la mezcla de marketing adecuada para la comercialización de este tipo de prendas, con la finalidad de determinar las necesidades de formación y capacitación en el área de estudio, así como también para determinar los aspectos determinantes de esta industria.

Se escogió este estudio ya que presenta similitud en nuestro proyecto, pues planteamos la propuesta de un negocio de triple balance enfocado a la venta de ropa ecológica.

Gema Isabel Silva Sequeira (2017) desarrolló la tesis de *Plan de negocio para la producción y comercialización de ropa orgánica para bebés*, para optar el al grado de magíster en gestión y dirección de empresas, en la Universidad de Chile facultad de ciencias físicas y matemáticas departamento de ingeniería industrial.

Dicha tesis tuvo como objetivo desarrollar un Plan de Negocio basado en un modelo sustentable de producción y comercialización de una línea de ropa para bebés elaborada con fibras naturales (orgánicas), con perspectivas de escalabilidad a la región centroamericana. Con la finalidad de generar estrategias de mitigación de riesgo, y recomendaciones para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa textil orgánica.

Ya que en nuestra propuesta de solución a la desnutrición infantil en Villa el Salvador hemos propuesto un negocio triple balance enfocado a la venta de ropa ecológica para solventar la misión social de la empresa, se escogió este estudio por el modelo sustentable de producción de plantean, las estrategias recomendadas y su enfoque en los recursos textiles orgánicos.

Cesar Andres Polo Salinas, Erika Ramos Mori (2021) desarrolló la tesis de *Estudio de Prefactibilidad para la instalación de una planta productora de galletas ricas en hierro para prevenir la anemia*, para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, en la Universidad de Lima.

Tuvo como objetivo evaluar la factibilidad económica, tecnológica, social y comercial de implementar una fábrica dedicada a producir galletas ricas en hierro a base harina de sangre bovina para prevenir la anemia en mujeres en edad fértil y niños en edad escolar.

Se escogió este estudio ya que presenta similitud en nuestro proyecto, ya que nosotras planteamos un análisis viable para ofrecer una fuente de ayuda alimentaria para disminuir la desnutrición infantil en el sector de Villa el Salvador.

Aguayo Moscoso, Licet Johana. (2021) desarrolló la tesis *Caracterización de la desnutrición infantil en Latinoamérica*, para optar el Título de Médico General, en la Universidad Nacional de Chimborazo de Ecuador.

Tuvo como objetivo realizar un estudio de protocolos, revisiones bibliográficas y estudios realizados por el Ministerio de Salud Pública y la OMS (Organización Mundial de la Salud) sobre la caracterización de la desnutrición infantil en Latinoamérica.

Llegando a la conclusión que la desnutrición infantil presenta un grave problema de salud pública, el cual influye tanto en las altas tasas de morbilidad y mortalidad infantil como

en la prevalencia de ciertas enfermedades crónicas difíciles de cuantificar, siendo la pobreza, el principal determinante de esta situación. Asimismo, una serie de programas que han permitido disminuir la desnutrición en menores de 5 años, sin embargo, todavía se requiere un cambio de condiciones socioculturales, económicas y de formación educativa específicamente en áreas rurales.

Se escogió este estudio porque brinda información relevante y se asemeja al presente proyecto, ya que se fomentará un negocio triple balance a base de neuromarketing para enfatizar en las macro ventas con el fin de generar ingresos y puesto de trabajo para los padres de familia y poder reducir la desnutrición en Villa el Salvador.

Trujillo Rondan, Melanie Joanna. (2020) desarrolló la tesis *Factores Asociados a la desnutrición Crónica infantil en niños menores de cinco años de edad en el Perú*, para obtener el grado de Bachiller, en la Universidad Ricardo Palma.

Tuvo como objetivo determinar los factores asociados a la desnutrición crónica infantil en niños menores de 5 años según los datos recolectados por la ENDES 2018.

Llegando a la conclusión la edad de los niños y residir en una zona rural se asocia a mayor riesgo de presentar desnutrición crónica en los niños menores de 5 años que residen en el Perú actualmente. Mientras que a mayor índice de riqueza y nivel de instrucción de la madre las probabilidades de presentar desnutrición crónica en los niños menores de 5 años disminuyen.

Se escogió este estudio porque nos da información clave y tienen una similitud al proyecto, ya que se está proponiendo un negocio triple balance, que vende ropa ecológica de impacto social aplicando el neuromarketing sintiendo al consumidor parte del cambio de esta manera teniendo propósito generar puestos de trabajo a los padres de familia y teniendo como fin reducir la desnutrición en el distrito de Villa el Salvador.

Sotelo Tornero, Marisela. (2016) desarrolló la tesis *El Impacto del Acceso a los Servicios de Agua y Saneamiento sobre la Desnutrición Crónica Infantil*, para optar el el Título de Licenciada en Economía, en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Tuvo como objetivo estimar el impacto de los servicios de agua y saneamiento sobre la DCI en los años 2010 y 2015 a través de tres casos por separado: el primero consiste en la evaluación del impacto de la provisión del agua potable; el segundo, de la provisión del servicio de saneamiento; y el tercero, de ambos servicios.

Llegando a la conclusión se ha generado diferencias significativas en el acceso a los servicios de agua y saneamiento, poniendo en riesgo la salud de las familias, que básicamente se ve reflejada en los altos índices de desnutrición crónica. Esto afecta sobre todo a la población vulnerable, como son los niños y niñas menores de 5 años, que ven limitadas sus posibilidades de crecimiento y desarrollo, a pesar de que en la mayoría de los casos son beneficiarios de programas sociales. En lo que viene, la investigación hace un análisis de la relevancia que tiene en nuestro país el acceso a los servicios de agua y saneamiento en la reducción del índice de desnutrición crónica infantil (DCI), considerando una evaluación a nivel nacional, como las diferencias que existen entre los niños de los ámbitos urbano y rural.

Se escogió este estudio porque nos da información relevante, se propone un negocio triple balance, que vende ropa ecológica de impacto social. Aplicando un neuromarketing que hace sentir al consumidor que forma parte del cambio. De esta forma solventaremos económicamente nuestra misión social como marca, que es: ayudar con programas de intervención social trimestrales que brindan una mejor nutrición en los niños de Villa el Salvador.

4.2 Marco teórico

4.2.1. Negocio de triple balance

Gestión (2019), menciona que triple balance es una forma de ver el impacto de una empresa en el mercado a través de tres medidas: valor económico, impacto ambiental y responsabilidad social, es decir, como personas, ganancias y planeta. Este concepto está atado y asociado a la idea de que una empresa puede ser rentable, ecológica y beneficiosa para la vida de las personas. Por lo que un negocio de triple balance, en términos generales, significa velar tanto por el bienestar social y económico sin dejar de lado el bienestar ambiental.

4.2.2. Indumentaria sostenible

Para la elaboración de este proyecto se busca la definición de indumentaria sostenible, por lo que la página web ecológica: *Sostenible o Sustentable (2022)* menciona que la indumentaria sostenible es una demanda y un cambio positivo hacia un modelo sostenible (satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer las futuras). Ya que para crear moda no es necesario destruir el medio ambiente. Es importante resaltar que al obtener indumentaria sostenible se evitan sustancias químicas peligrosas y tóxicas como pesticidas, parasiticidas, aditivos, metales pesados o detergentes que puedan perjudicar el agua, suelo y aire, los cuales son vitales para la existencia de la humanidad. En conclusión, la moda sostenible tiene que ser ética para la sociedad y ecológica para el medio ambiente, de tal manera que la economía verde (economía que reduce los riesgos ambientales) y la economía circular (modelo de producción y consumo que permite reutilizar productos existentes por un tiempo prolongado) vayan de la mano.

4.2.3. Características de un negocio de triple balance

Según SANNAS, asociación de empresas por el triple balance (2020) La creación de una empresa no solo no debe minimizar su impacto social y ambiental, sino que también, debe contribuir a impactar positivamente. Además, es inimaginable pensar en una sociedad avanzada sin empresas modernas o tecnológicas que asuman un rol de cambio y bienestar colectivo dándole sentido a lo que producen y, sobre todo, a cómo lo producen.

4.2.4. Responsabilidad ecológica empresarial

El desarrollo sostenible no es una “moda” sino un bastión, las empresas de hoy deben ir más allá de su función como tal, deben de cumplir con una función social y aportar a la conservación del medio ambiente con un valor agregado.

Se necesita analizar lo importante que es una empresa para la sociedad iniciando por lo social, económico y ambiental. Es decir, Responsabilidad Ecológica que conlleva al anhelado desarrollo sostenible.

4.2.5. Responsabilidad social empresarial

Chirino y Fernández (2012), mencionan que la Responsabilidad social empresarial llamada también RSE, es la expresión como consecuencia del reconocimiento de los deberes que le competen a las empresas frente a la sociedad. En los aspectos sociales se encuentran por género de la fuerza laboral, niveles salariales, beneficios sociales, reducción del impacto ambiental, salud en el proceso productivo, eliminación del trabajo forzoso, eliminación en la contratación de menores de edad, entre otros.

-Ejemplo

Teniendo como referente la información anterior, se puede tener como ejemplo lo siguiente:

-Negocio sustentable con responsabilidad social, genera un centro de ayuda contra la desnutrición infantil. Un centro de ayuda de esta categoría se constituye por dos áreas: comedor infantil y centro de salud contra la desnutrición infantil.

-Comedor infantil

Se trata de un espacio donde niños y niñas en edad escolar que no cuentan con recursos necesarios, pueden asistir antes o después de ir a la escuela a tomar sus alimentos, con el objetivo de disminuir los índices de desnutrición en este sector de la población.

-Centro de salud

Se trata de un establecimiento que está destinado a la asistencia a enfermos y su atención mediante el personal que trabaja en él. En ellos no hay solo médicos, también hay enfermería, servicios técnicos y personal auxiliar.

Empresas con responsabilidad social:

Una empresa con triple balance es SATT, es la primera empresa de arquitectura y construcción B Corp de España, promueven proyectos, procesos y herramientas para que las personas que disfruten de una arquitectura y un urbanismo basado en una sostenibilidad ambiental, social y económica. Empezaron desde el 2001 desde la arquitectura ecológica, regenerativa y sostenible. Han intervenido en más de 400 proyectos principalmente en España, además de Alemania, Kenia, Nicaragua y Marruecos. En el 2019 ganaron el primer premio internacional GREEN SOLUTIONS AWARDS (Renovación sostenible) en Madrid. Cuentan con indicadores que muestran el impacto de nuestros proyectos desde la perspectiva Triple Balance: Medioambiental, social y económica, el equilibrio para un desarrollo sostenible. Estándares de máxima calidad, eficiencia y respeto en consonancia con las certificaciones internacionales del ámbito de la construcción sostenible.

ECOOO es otra empresa con triple balance, sin fines de lucro fundada en 2005 y centrada en todo tipo de proyectos que activen a la ciudadanía a favor de un nuevo modelo energético, limpio y sostenible. Los beneficios de la actividad van destinados a proyectos y actividades de información, sensibilización y educación en el ámbito energético, medioambiental, y de promoción de un sistema económico basado en el respeto de los derechos sociales y del entorno. El nuevo paradigma que quieren alumbrar es precisa del trabajo en red y las relaciones se establecen en torno a la cooperación y colaboración. Trabajan activamente en la Plataforma por un Nuevo Modelo Energético, donde un amplio abanico de organizaciones y personas aúnan esfuerzos en todos los territorios del Estado para facilitar la transición energética.

En el ámbito económico y social, Ecooo forma parte de SANNAS, una asociación de empresas pertenecientes a la Economía del Bien Común. El espacio Ecooo, está situado en el madrileño barrio de Lavapiés, funciona como espacio para eventos, desde presentaciones de libros, ruedas de prensa, reuniones de debate a mesas redondas, etc. El espacio Ecooo cuenta con una nave de 300 m2 cubierta por una terraza en dos alturas en pleno centro de Madrid. La reforma está basada en la arquitectura bioclimática y toda la energía que consume el local proviene de fuentes renovables.

4.2.6. Importancia del negocio triple balance

Según Ecologing (2012), una empresa social tiene la misión de facilitar la transición empresarial hacia nuevos modelos resilientes y rentables, promoviendo la salud y bienestar colectivo.

-Ejemplos de negocios con triple balance

Orly Lumbreras es un negocio español, dedicado a la viticultura. Su diseño triple balance permite un proceso de sembrado y recolección sostenible, regeneración de sistemas naturales, reutilización de recursos y responsabilidad social con sus trabajadores y entorno.

Resilient Design, es un start-up de triple balance y economía circular, que brinda el servicio de diseño y desarrollo de packaging sostenible a partir de residuos urbanos o industriales.

5. Beneficiarios.

Las personas beneficiarias en primera instancia son los infantes de 3 a 5 años con desnutrición y los padres de familia o apoderados del menor en el distrito de Villa el Salvador ya que son los responsables de proveerles la alimentación diaria. Asimismo, como segunda instancia, son los clientes o consumidores de los productos Hawa ya que obtienen ropa ecológica a bajo precio y larga duración.

-Arquetipo del infante beneficiario

Este presenta problemas en clase además de un bajo rendimiento académico, suele enemistarse con sus compañeros en su día a día ya que su estado anímico es fluctuante y esto influye en su desarrollo social con niños de su edad. Tiende a la irritabilidad, fatiga constante y sensación de aburrimiento la mayor parte del tiempo, suele tomar largas siestas durante las clases además de presentar indicios de problemas para el aprendizaje y un visible déficit de atención por desnutrición, pero logra mantener un ánimo activo durante el estímulo del recreo, su lonchera es mala y en ocasiones no lleva una a la escuela.

Su alimento se basa en sopas con arroz, carentes de carnes, proteínas y nutrientes, ya que sus padres o apoderados no poseen los recursos económicos necesarios para brindarle una mejor alimentación diaria, es por ello por lo que la mayoría de sus comidas carecen de micro y macronutrientes, pero al menos logran saciar su hambre la mayor parte del tiempo. Las contadas veces en las que logran disfrutar de una comida nutricionalmente completa, tanto el menor como los integrantes su familia, suelen quedarse dormidos por largas horas luego de ingerirla.

Dicho menor con sus hermanos y familiares, participan del vaso de leche, y en ocasiones hacen uso del comedor popular o de la olla común del asentamiento humano Oasis, en Villa el Salvador. Sin embargo, manifiestan que los insumos que se usan en dichos programas sociales son pobres nutricionalmente hablando, y las comidas que les sirven tienen una ración equivalente a la de un plato de entrada.

La mayoría de estos menores son conscientes de su baja condición económica, entienden que en ocasiones la comida escasea, pero no manifiestan una plena consciencia de los peligros de la desnutrición y mala alimentación. Su familia participa de manera muy seguida en el vaso de leche y el comedor popular tratando de economizar debido a sus limitaciones.

Así mismo, presentan un desfase en su neurodesarrollo por desnutrición fetal reforzado en la primera infancia con una malnutrición, tienen una talla muy por debajo de la media, y el rol parental es casi ausente debido a sus largas horas de trabajo no calificado en la venta ambulatoria.

Dentro de la problemática mencionada: Desnutrición infantil en niños de 3 a 5 años del distrito de Villa El Salvador, es importante señalar que este arquetipo representa el **12,1%** de la población infantil con desnutrición, ya que según INEI (2021) “El 12,1% de la población menor de cinco años de edad del país sufre desnutrición crónica” (p.1). Sector que se verá beneficiado gracias a las macro-ventas que serán efectuadas por los clientes, los cuales formarán parte de una comunidad integrada gracias al neuromarketing que aplicaremos como marca, en la cual, éstos, serán parte del cambio y la solución al consumir una línea de ropa HAWA en esta dinámica “ganar, ganar”, ya que al adquirir una prenda ecológica de su gusto y a buen precio, estarán ayudando a disminuir la desnutrición infantil en los sectores vulnerables de Villa El Salvador.

-Arquetipo de cliente HAWA

Está interesado en los diseños que se abordarán como marca de ropa ecológica, ya que estas vestimentas orgánicas estarán a la vanguardia de las nuevas tendencias, contando con una amplia gama de opciones para diversos estilos y personalidades al vestir, tanto para un corte femenino y masculino, como para uno unisex.

Dicho arquetipo tiene un rango de edad de 20 a 35 años, está interesado en formar parte de un voluntariado o causa social, le preocupa el medio ambiente y desea consumir más productos orgánicos libres de testeos en animales. También reclaman más puntos de reciclaje, una amplia arborización en cada distrito de su capital, un apoyo real para las comunidades más necesitadas y un movimiento progresista que se enfoque en ser parte del cambio climático y bienestar social. Así mismo, disfrutan de las nuevas salidas tecnológicas y

digitales, siempre sacan tiempo para formar parte de actividades sociales o marchas que vayan acorde a sus principios o ideales, les interesa más la ropa con propósito ecológico que la moda como tal, ya que de este modo ellos se ven y se siente representados con lo que visten.

Les importa su vida social, priorizan su salud mental y las relaciones sanas, ya que buscan juntarse con gente que les sume positivamente. Hacen uso de sus redes sociales para compartir y recomendar nuevas marcas con impacto social y ambiental, están al tanto de la política y los movimientos vanguardistas como sociedad. A ellos les molesta que las marcas ecológicas sean tan caras y poco accesibles, o que muchos de los productos en el mercado de ropa con esta etiqueta sea mera publicidad engañosa, ya que desean encontrar ropa con impacto social y ecológico a un precio accesible y con variedad en sus opciones de diseño y tendencias.

Customer Journey Map - As is

- Características del beneficiario

¿Cómo es nuestro beneficiario?

El beneficiario desea tener una mejora en su alimentación, que le ayude a retener la información que recibe durante su aprendizaje, a la vez le de fuerzas y energías para poder realizar actividades de un niño de su edad. Al no contar con la economía suficiente para solventar su alimentación de manera adecuada, le gustaría recibir ayuda de parte del estado para poder cumplir con los estándares nutricionales.

Presenta problemas de salud como, dolores en el pecho y de cabeza, entre otros, que, en su mayoría, está relacionado con la mala alimentación que lleva. Se encuentra en una época de colegio, en donde le gustaría poder contar con los recursos necesarios para tener una mejor educación ya que no tiene un buen aprendizaje debido a la mala alimentación, le molesta tener que usar cosas heredadas o usadas, pero en su hogar no hay la estabilidad

económica para darle cosas nuevas o de muy buena calidad. Finalmente, dejó de disfrutar el ir a su colegio, ya que empezó a presentar molestias como dolores de cabeza y darse cuenta de que le costaba mucho más que a sus compañeros poder concentrarse en sus actividades.

Los beneficiarios que serán impactados inicialmente son niños y padres de familia de Villa el Salvador con un nivel socioeconómico C - D y E buscando disminuir el porcentaje de desnutrición en los sectores vulnerables del distrito. En ese sentido, gracias al reto de innovación dichos beneficiarios lograrán progresar de forma positiva en su desarrollo nutricional, neuroquímico, neurofisiológico y académico, logrando así el efecto deseado al brindarles una buena alimentación en el centro de ayuda: con un balance nutricional en su alimentación diaria para un crecimiento y desarrollo adecuado. Por otro lado, además de aliviar la necesidad del alimento para los padres de familia, también se atenderá el factor económico, puesto que en el reto de innovación tiene contemplado brindarles puestos de trabajo acorde a sus capacidades en el modelo de negocio triple balance.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor consiste en crear un negocio textil ecológico de 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. Este negocio consiste en la venta de ropa sostenible y de impacto social, aplicando un neuromarketing que hace sentir al consumidor que forma parte del cambio, es decir, vestir con un propósito social y conciencia ecológica. De esta manera, se logra solventar económicamente la misión social como marca, que es: implementar un centro de ayuda nutricional que brinde atención médica, una buena alimentación nutritiva en su comedor infantil que cuente con censos mensuales para las canastas y loncheras nutritivas.

6.2. Segmento de clientes

Directos

Jóvenes y adultos (20 - 35 años) interesados en la ropa ecológica, pues tienen una conciencia climática determinada, están interesados en formar parte de un voluntariado o causa social, le preocupa el medio ambiente y desean consumir más productos orgánicos libres de testeos en animales o que contaminen el medio ambiente.

Indirectos

Familias numerosas interesadas en las prendas ecológicas de nuestra marca por su bajo precio y buena calidad (larga duración)

6.3. Canales

La comunicación se llevará a cabo mediante las redes sociales, tales como Facebook e Instagram.

Asimismo, se busca tener una atención directa y personalizada con cada consumidor con el fin de transmitirles confianza, por lo cual se emplea un chat de WhatsApp. De este modo saber más de HAW, del producto y los diversos servicios se podrá recurrir a cada plataforma mediante la página web y voluntariados.

6.4. Relación con los clientes

Se busca que el tono de esta comunicación sea amigable, dinámico y moderno puesto que la finalidad del proyecto es generar un impacto social mediante la venta de ropa ecológica para solventar económicamente la misión.

6.5. Actividades clave

Armar una comunidad de jóvenes (los clientes) para voluntariados en relación con la misión social de la empresa.

Publicidad y uso del social media para visibilizar la ayuda que brindan los clientes con su compra y la actividad clave del voluntariado.

6.6. Recursos clave

Recursos humanos: Se trabajará con un equipo de profesionales en el área creativa: programadores de diseño web, comunicadores audiovisuales, publicistas y community manager, especialistas en el área textil como costureras y diseñadores de moda, además de un equipo encargado de ventas.

Para la misión social de la empresa (ODS 2) se necesitará psicólogos y nutricionistas.

Recursos físicos: Se contará con dispositivos electrónicos, equipo para el taller de costura, packaging y decoración para las tiendas físicas.

Para la misión social de la empresa (ODS 2) se necesitará de una mini posta y un comedor infantil y los implementos que estos necesitan.

Recursos virtuales: Se contará con plataformas digitales en donde se hará publicidad de la misión social de la marca.

6.7. Aliados clave

Como principal aliado clave, se tiene a INTERCORP ya que a través de sus cadenas de tiendas y supermercados, se logrará la venta online y offline de la ropa ecológica HAWA, asimismo, se contará con proveedores textiles obtenidos de manera sostenible y confiable, proveedores ecológicos para el packaging ecológico, delivery y trabajadores freelance para el área creativa.

Para la misión social de la empresa (ODS 2) se necesitará de psicólogos, nutricionistas y padres de familia Villa el Salvador.

6.8. Fuentes de ingresos

Se da mediante las ventas offline y online en puntos de venta estratégicos de cadenas de supermercados y tiendas INTERCORP, al igual que las ventas digitales a través de la página web y redes sociales HAWA.

Se contará con prendas ecológicas en tendencia y de todo tipo, con un rango de precio desde los S/ 10.00 hasta los S/70.00.

6.9. Presupuestos

El presupuesto para el MV (Mínimo viable) es de un total de S/ 10,434.99 y comprende la inversión de 3 máquinas de coser semi profesionales, 3 packs de costura, 200 rollos de tela Perú Naturtex Partners (algodón orgánico), 100 rollos de los proveedores Ecco Green, pintura y diseño del logo HAWA para la camioneta del delivery y gastos de registro de marca.

RUTA DE FINANCIAMIENTO HAWA -

-Autofinanciamiento

Cada una de las socias HAWA: Carolina Alcántara, Ornella Alvarado, Ailin Barzola y Claudia Chávez, invertirán un monto de \$1,334.52 (5, 000 soles) cada una, haciendo un total de 20,000 soles; para iniciar el negocio textil ecológico triple balance. El cual tiene como misión social, reducir la desnutrición en infantes de 3 a 5 años de Villa el Salvador. Dicha inversión comprende gastos de registro de marca, material textil orgánico, tres máquinas de coser semi profesionales, packaging, los servicios de un diseñador de modas y tres costureras, elementos de decoración para módulos Intercorp y jockey y los primeros 3 meses de alquiler de un minidepartamento para luego pasar a la segunda fase como empresa.

Luego de los 6 primeros meses de funcionamiento sustentados con la inversión inicial de recursos propios, se realizará un préstamo bancario de crédito PYME a través de una entidad bancaria, en este caso el Banco BBVA Continental, con el siguiente detalle:

- Préstamo PYME BBVA:

ME: \$ 120,000 dólares (449,776.08 soles)

- **Plazos de pago:**

Para capital de trabajo (material textil orgánico y suministros de costura) hasta 18 meses.

Para activo fijo (máquinas de coser, mobiliario, mesas de trabajo, equipos) hasta 36 meses.

Adquisición de inmuebles (compra de local) se podrá otorgar hasta 48 meses (incluye el periodo de gracia) y el financiamiento será con abono directo al Proveedor o vendedor.

Pago de la primera cuota hasta en 90 días.

El importe máximo puede ser superior de acuerdo con la evaluación del cliente, teniendo el tope máximo el límite legal.

Las condiciones mínimas para solicitar el crédito son las siguientes:

Negocio con 6 meses de funcionamiento como mínimo y no tener deudas morosas en el sistema financiero.

Proporcionar la siguiente documentación:

Copia de DNI (Solicitante y/o cónyuge), documentos del negocio (Licencia de funcionamiento, RUC, Boletas de compra de mercadería del último mes, cuaderno de ventas u otros), recibo último de servicios cancelados (agua, luz o teléfono fijo) y garantías (de acuerdo a evaluación).

7. Resultados

Según el proceso de análisis, salió a relucir que no todo el distrito de Villa el Salvador padece desnutrición infantil, sino que dicha problemática tiene presencia en algunos sectores como el asentamiento humano Oasis, en base a lo ya mencionado, luego de la investigación se dieron los siguientes resultados de un análisis que consistió en la participación de jóvenes y adultos, padres y madres de familia, que actualmente viven en Villa el Salvador y están a la vanguardia del cuidado del medio ambiente. Estos resultados muestran la aceptación e impacto positivo de la muestra del negocio de triple balance. El objetivo principal es crear un negocio triple balance creando la marca Hawa, mediante la cual se venderá ropa ecológica de

impacto social, aplicando un neuromarketing que hace sentir al consumidor que forma parte del cambio.

De esta manera, se logrará solventar económicamente la misión social como marca, que es: implementar un centro de ayuda nutricional que brinde atención médica, una buena alimentación nutritiva en su comedor infantil que cuente con censos mensuales para las canastas y loncheras nutritivas.

Experimentación

Como se indicó anteriormente, para validar la propuesta de negocio y obtener reacciones de los beneficiarios directos, se convocó a un focus group, talleres generativos y talleres de observación para que ellos mismo puedan evaluar los pros y contras de la idea de negocio y comprobar su funcionalidad y posibles resultados.

Los resultados de estos experimentos arrojaron los siguientes datos:

En los talleres generativos, se convoca a través a padres y madres de familia de Villa el Salvador, en el que estos participaron de una actividad grupal respondiendo preguntas sobre la alimentación en sus hijos, las loncheras que les envían, la ayuda económica que reciben, entre otros, dando como resultado que la gran mayoría de padres de familia carecen de una economía fija que les solvante los gastos del hogar ya que no tienen apoyo por parte del estado, sin dejar de lado la escasa nutrición que contiene los alimentos que le dan a sus hijos.

Asimismo, mediante las encuestas dentro y fuera del distrito ya mencionado, los resultados más resaltantes fueron que la mayor preocupación de los padres es que sus hijos no estén bien alimentados con un 61.3% de respuestas, por otro lado, el 91.3% dijo las largas horas de trabajo hace que descuiden a sus hijos. Además, el 100% apoya la idea de venta de ropa para generar un ingreso destinado a los sectores vulnerables por lo que el 98.8%

considera importante generar más puestos de trabajo para que los padres de familia tengan más ingresos.

Finalmente se realizaron entrevistas a especialistas de la problemática, tales como médicos generales, especialistas en nutrición, economista especialista en gestión de programas sociales, planeamiento estratégico y proyectos de inversión, dando como resultado que la desnutrición es un factor principal para que los niños tengan dificultades en su desarrollo físico y psicológico fomentado en muchos casos anemia o incluso la muerte. Las actividades realizadas, dan como resultado que, si apoyan la idea de negocio triple balance, sin embargo, les gustaría ver reflejada la realidad en los modelos que posan la ropa ecológica y unir las respuestas de los padres de familia como parte de la publicidad. En síntesis, sí la comprarían, ya que tiene como propósito ayudar a mejorar la calidad de vida en los sectores más vulnerables de Villa el Salvador.

8. Conclusiones

La presente investigación ha permitido recolectar información que respalda que la creación del negocio triple balance a través de la marca HAW, mediante la cual se venderá ropa ecológica aplicando un neuromarketing que hace sentir al consumidor que forma parte del cambio, produce un impacto positivo en los padres y madres de familia de Villa el Salvador, ya que parte de este negocio es solventar económicamente la misión social como marca, que es: implementar un centro de ayuda nutricional que brinde atención médica, una buena alimentación nutritiva en su comedor infantil que cuente con censos mensuales para las canastas y loncheras nutritivas.

Asimismo, estos resultados ha permitido al negocio de triple balance saber que dicha idea puede llegar a muchas personas compartiendo la iniciativa social con fines de disminuir la desnutrición en niños de 3 a 5 años, lo cual hace que éste sea una herramienta que se ajusta a las necesidades de los potenciales usuarios cumpliendo con la propuesta de valor.

Se recomienda que para iniciar el proyecto se debe hacer un estudio previo sobre los espacios que dicho distrito cuenta para que la implementación de la posta médica y comedor infantil, sean satisfactorias. Asimismo, se recomienda tener un presupuesto fijo y claro para el cual se destine, principalmente, para las familias que realmente lo necesitan.

Se concluye que se ha logrado obtener información necesaria en base a la desnutrición infantil en el distrito establecido, a través de entrevistas y encuestas realizadas. Además, los videos de observación han sido un factor importante ya que ha permitido a HAWA poder ver el desenvolvimiento de los padres de familia debido a que serán ellos quienes trabajarán en el negocio siendo una fuente de ingreso a favor.

9. Bibliografía

Aguayo, L.J. (2021). *Caracterización de la desnutrición infantil en Latinoamérica. [Trabajo de titulación para optar al título de Médico General, Universidad Nacional de Chimborazo]. Archivo digital.* <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8428/1/5.-TESIS%20Aguayo%20Moscoso%2c%20Licet%20Johana-MED.pdf>

Castro, M.E. (2012). *La moda ecológica y el reciclaje como alternativas de desarrollo de las MYPIMES en Costa Rica, Instituto Nacional de Aprendizaje. Archivo digital.* [https://unevoc.unesco.org/network/up/La moda ecolgica y el reciclaje como alternativas de desarrollo de las .pdf](https://unevoc.unesco.org/network/up/La%20moda%20ecologica%20y%20el%20reciclaje%20como%20alternativas%20de%20desarrollo%20de%20las%20mypes.pdf)

Aprueban Reglamento de la Ley N° 30024, Ley que crea el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas (2016). *Diario El Peruano.* <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-reglamento-de-la-ley-n-30024-ley-que-crea-el-regi-decreto-supremo-n-008-2016-sa-1345286-4/>

Ecologing (2012). *Diseño, Emprendimiento y Economía Circular.* <https://ecologing.es/>

Hernandez, D.E., Manrique, G.S. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7dd55893-691a-4908-b2c2-bb51c92b7417/content>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). *La desnutrición crónica afectó al 13,1% de menores de cinco años disminuyendo en 1,3 puntos porcentuales en el último año*. <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/desnutricion-cronica-afecto-al-131-de-menores-de-cinco-anos-disminuyendo-en-13-puntos-porcentuales-en-el-ultimo-ano-9599/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). *El 12,1% de la población menor de cinco años de edad del país sufrió desnutrición crónica en el año 2020*. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-121-de-la-poblacion-menor-de-cinco-anos-de-edad-del-pais-sufrio-desnutricion-cronica-en-el-ano-2020-12838/>

Instituto Nacional de Salud (2022). *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*. 39 (1). <https://rpmesp.ins.gob.pe/index.php/rpmesp>

Kuman (2018). *Cuerpo Sano Mundo Sano*. <https://www.kunan.com.pe/inspirall/>

Munives (2019). *Municipalidad de Villa el Salvador*. Portal de Transparencia. <https://www.munives.gob.pe/distrito.php>

Navarrete, P.J., Velasco, J.C., Loayza, M.J., Huatuco, Z.A. (2016). *Situación nutricional de niños de tres a cinco años de edad en tres distritos de Lima Metropolitana*. *Perú. Scielo*. 16 (4). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2016000400009#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20determin%C3%B3%20que%20los,y%20San%20Juan%20de%20Lurigancho

Orly Lumbreras (2022). *Melodía natural*. <https://orlylumbreras.com/>

Polo, C.A., Ramos, E. (2021). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de galletas ricas en hierro para prevenir la anemia*. [Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial]. Archivo digital.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14266/Polo_Ramos_Estudio_prefactibilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pucci, A. (2020). Resilient Design. <http://www.resilientdesign.eu/>

Reyes, L.A. (2017). *Responsabilidad ambiental en la empresa del sector público; caso dirección de impuestos y aduanas nacionales (dian) Santa Marta en perspectiva de los saberes del manejo de residuos sólidos*. [Trabajo De Grado Para Optar Al Título De Magister En Desarrollo Sostenible Y Medio Ambiente]. Archivo digital.

<https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/3297/TESIS%20FINAL%20LUIS%20ANTONIO%20REYES%20VEL%20C3%81SQUEZ%202017.pdf?sequence=1>

SANNAS (2020). Triple Balance. <https://www.sannas.eu/triple-balance/>

Satt (2022). Sostenibilidad. <https://satt.es/sostenibilidad-2/>

Silva, J.I. (2017). *Plan de negocio para la producción y comercialización de ropa orgánica para bebés*. [Tesis para optar al grado de magíster en Gestión y Dirección de empresas]. Archivo digital. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/149021/Plan-de-negocio-para-la-produccion-y-comercializacion-de-ropa-organica-para-bebes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sotelo, M. (2016). *El Impacto del Acceso a los Servicios de Agua y Saneamiento sobre la Desnutrición Crónica Infantil: evidencia del Perú*. [Tesis para optar el Título de Licenciada en Economía]. Archivo digital.

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9841/SOTELO_TORNERO_MARISELA_IMPACTO.pdf;jsessionid=FD17055DBB69CF500C3626B05FDF1C87?sequence=1

Sostenible o Sustentable (2022). *Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible*.

<https://sostenibleosustentable.com/es/moda-sostenible/#que-es-la-moda-sostenible>

Sociedad Colombiana de Cardiología y Cirugía (2016). *Infraestructura*.

<https://scc.org.co/wp-content/uploads/2017/02/Actualizacin-Res-4445-96.pdf>

Trujillo, M.J. (2020). *Factores asociados a desnutrición crónica infantil en niños menores de cinco años de edad en el Perú: sub-análisis de la endes 2018*. [Tesis para optar el título de médica cirujana]. Archivo digital.

<https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2996/MTRUJILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Turtelli, P. (2019). Triple balance: una necesidad para el mercadeo sostenible.

Gestión. <https://gestion.com.do/ediciones/julio-septiembre-2019/item/551-triple-balance-una-necesidad-para-el-mercadeo-sostenible>

UNICEF (2011). La Desnutrición Infantil. Causas, consecuencias y estrategias para su prevención y tratamiento. *Dona 1 Día*.

<http://disde.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/3713/La%20desnutrici%C3%B3n%20infantil%20causas%2C%20consecuencias%20y%20estrategias%20para%20su%20prevenci%C3%B3n%20y%20tratamiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

10. Anexos

Prototipos



[HOME](#)
[NOSOTROS](#)
[TIENDA](#)
[UNA AYUDA POR UN CAMBIO](#)
[CONTÁCTENOS](#)

¿Porqué usar nuestra ropa ecológica HAWA?



SOSTENIBLE
Prendas y accesorios que se producen de manera ecológica y socialmente responsable, protegiendo al medio ambiente.



CÓMODA
Ropa que se adapta a ti y a tu estilo de vida.



CALIDAD
Ropa y accesorios con buenos tejidos de fibra natural y de calidad, es de buen estilo, buena confección y acabado.



BUEN PRECIO
Productos accesibles a un buen precio.

[HOME](#)
[NOSOTROS](#)
[TIENDA](#)
[UNA AYUDA POR UN CAMBIO](#)
[CONTÁCTENOS](#)

SOBRE NOSOTROS

¿Quiénes somos?



Ailin Barzola



Carolina Alcántara



Claudia Chávez



Nicole Alvarado

Somos egresadas de diseño publicitario y comunicación audiovisual y multimedia, creadoras de **Hawa** dando a conocer este negocio de triple balance como proyecto para el bachiller.

[HOME](#)
[NOSOTROS](#)
[TIENDA](#)
[UNA AYUDA POR UN CAMBIO](#)
[CONTÁCTENOS](#)

¿Listo para el cambio responsable, empático y positivo ?

Te preocupa la situación actual de la emergencia climática, te encanta hacer actividades al aire libre, conectar con las personas y con la naturaleza, **ayudar a los demás**.

Cuando vistes una prenda quieres sentirte cómodo con ella, le coges especial cariño y quieres que te acompañe en todas tus aventuras.

Sabes que las pequeñas acciones que haces hoy tendrán un impacto positivo en el mañana. Si estas afirmaciones describen tu forma de pensar, quedate con nosotros que nos encantará conocerte mejor.



¿Por donde empezar? si queremos cambiar al mundo...

De esta manera nace **Hawa es un negocio triple balance con impacto social.** Siendo nuestro propósito: **"No vistes moda, vistes cambio"**

Hawa es una marca de Moda Sostenible con impacto positivo con el fin de propulsar la transparencia, trazabilidad y honestidad que la industria textil actual necesita. Trabajamos influenciados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo que nos hace el camino con un objetivo más claro hacia un desarrollo más próspero y responsable. Creemos firmemente que se puede ser sostenible, generar un impacto social y medioambiental positivo y a la vez ser económicamente viable.

Se tu mejor versión. Siéntete a gusto con lo que vistes. Vive con comodidad, alegría y agradecimiento.

Tu forma de vestir importa.









[HOME](#)

[NOSOTROS](#)

[TIENDA](#) ▾

[UNA AYUDA POR UN CAMBIO](#)

[CONTÁCTENOS](#)



SUDADERAS DE ALGODÓN ORGÁNICO PARA HOMBRE

VISTE TU LADO MÁS CREATIVO



Sudadera Stone
s/ 50.00



Sudadera Iceberg Hawa
s/ 70.00



Sudadera Clasic Gris
s/ 40.00



[HOME](#)

[NOSOTROS](#)

[TIENDA](#) ▾

[UNA AYUDA POR UN CAMBIO](#)

[CONTÁCTENOS](#)



POLOS DE ALGODÓN ORGÁNICO PARA HOMBRE

VISTE TU LADO MÁS CREATIVO



Polo Hero Hawa
s/ 50.00



Polo Green
s/ 50.00



Polo Clasic
s/ 40.00



HOME

NOSOTROS

TIENDA ▾

UNA AYUDA POR UN CAMBIO

CONTÁCTENOS



CHOMPAS DE ALGODÓN ORGÁNICO PARA MUJER VISTE TU LADO MÁS CREATIVO



Casaca Clasic
s/ 50.00



Casaca Eco
s/ 70.00



Casaca Hawa
s/ 60.00



HOME

NOSOTROS

TIENDA ▾

UNA AYUDA POR UN CAMBIO

CONTÁCTENOS



CHOMPAS DE ALGODÓN ORGÁNICO PARA MUJER VISTE TU LADO MÁS CREATIVO



Conjunto Electric
s/ 70.00



Conjunto Green Hawa
s/ 85.00



Conjunto Hawa New
s/ 60.00

Hawa
359 publicaciones 9,007 seguidores 830 seguidos

Ropa Ecológica con propósito
Diseño y moda
No vistes **moda**, vistes **cambio**.
Con cada pedido estas ayudando a un niño de Villa el Salvador
✓ Ropa sostenible
✓ Progreso y consciencia
link página web

Camisetas Sudaderas Press Ser Sosteni...

PUBLICACIONES REELS VIDEOS ETIQUETADAS

NO VISTES MODA, VISTES CAMBIO.

Hawa @hawa

Ver tienda

Preguntar a Hawa

- "Quiero más información sobre tu..." Preguntar
- "Quiero más información sobre el negocio..." Preguntar
- "Quiero chatar con alguien..." Preguntar
- "¿Dónde están?" Preguntar

Crear publicación

Foto/Vídeo Estoy aquí Etiquetar amigos

Hawa

Presupuesto

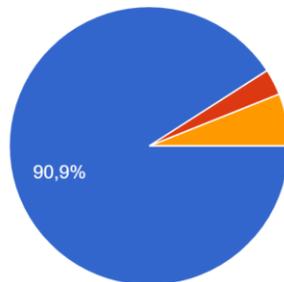
Rubro/Mes	Enero
Producto 1: Lencería y ropa interior (pack de 3)	6000
Precio estimado:	30
Cantidad estimada:	200
Producto 2: polos y blusas	8000
Precio estimado:	20
Cantidad estimada:	400
Producto 3: chompas y poleras	12000
Precio estimado:	40
Cantidad estimada:	300
Producto 4: faldas y vestidos	3000
Precio estimado:	30
Cantidad estimada:	100
Producto 5: pantalones y joggers	5250
Precio estimado:	35
Cantidad estimada:	150
Producto 3: casacas	7000
Precio estimado:	70
Cantidad estimada:	100
Ingreso total	15.250,00
Costos Mensuales NECESARIOS	
Alquiler de mini departamento para taller y oficina	2200
servicio de luz y agua	300
sueldos para tres costureras S/ 1200	3600
sueldos HAWA S/ 1800	7.200,00
delivery (gasolina, gas)	800,00
TOTAL COSTOS	14.100,00
INVERSIÓN MÍNIMA	
Pegar logo HAWA en la camioneta de delivery que ya tenemos	S/800,00
3 máquinas de coser	S/3.000,00
3 packs de costura	S/300,00
Perú Naturtex Partners (algodón orgánico) 200 rollos	S/2.300,00
Eco Green - Tela 100% de algodón orgánico con teñido en Ecotintes 100 rollos	S/ 3000,00
registro de marca	S/ 534.99
COSAS MINIMAS O PEQUEÑAS	S/500,00
TOTAL INVERSIÓN MV	S/ 10,434.99

Fuente: Propio del autor

Encuesta de opinión

¿Consideras que la desnutrición infantil es un problema serio que se debe de atender con urgencia?

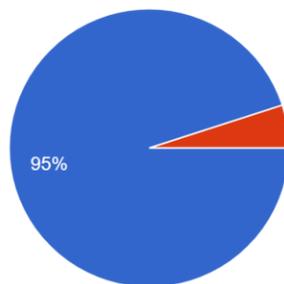
33 respuestas



- a) Sí
- b) No
- c) No sé que tan peligrosa es la desnutrición y cómo afecta en la salud del infante

¿Consideras que la pandemia ha empeorado su situación económica y el flujo de sus ingresos?

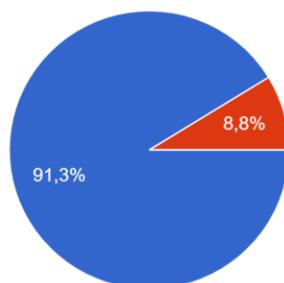
80 respuestas



- sí
- No

¿El trabajar largas horas para lograr una mejor economía a hecho que descuides el cuidado de tus hijos?

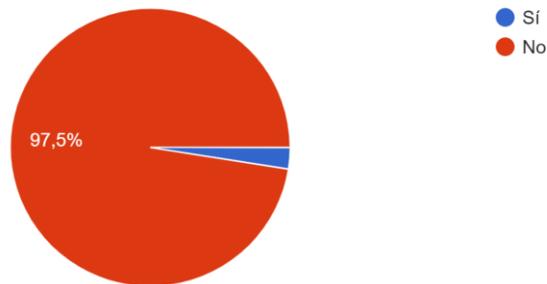
80 respuestas



- Sí
- No

¿Actualmente has recibido ayuda del gobierno para mejorar la nutrición en el hogar?

80 respuestas



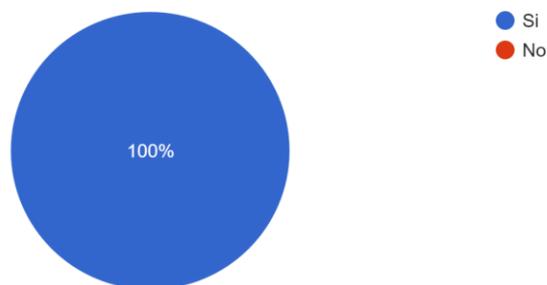
¿Sabías que en el distrito de V.E.S un 6.9% de niños padecen desnutrición crónica? Es por ello que hemos creado Hawa, una marca de ropa ecológica c... parece esta iniciativa por parte de la empresa?

80 respuestas



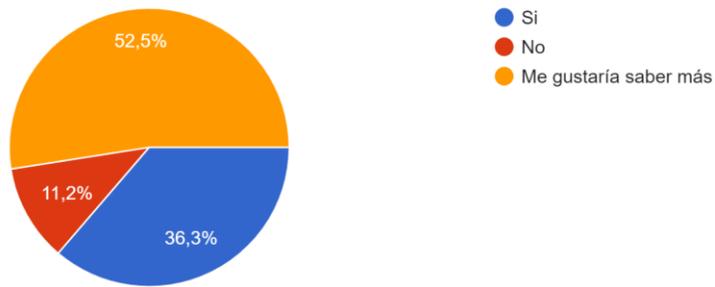
¿Apoyaría la idea de venta de ropa para generar un ingreso destinado a los sectores vulnerables de Villa el Salvador?

80 respuestas



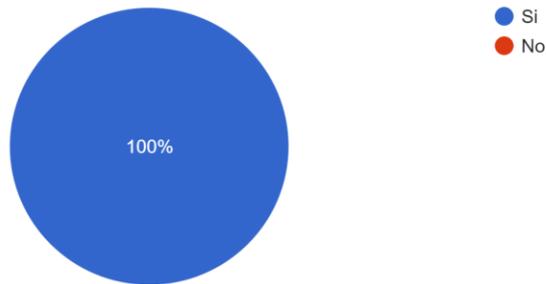
¿Estás al tanto de las opciones de vestimenta ecológicas u orgánicas

80 respuestas



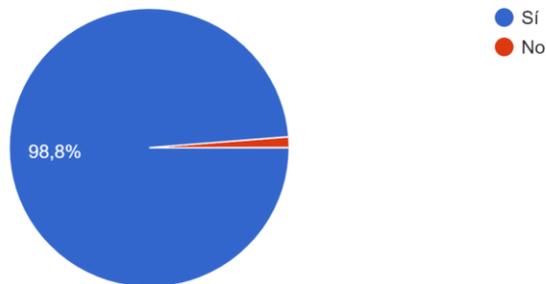
¿Compraría ropa ecológica con un trasfondo social? Es decir, que por cada compra un porcentaje de las ganancias va destinado al centro ...a infantes con desnutrición en el distrito de V.E.S

80 respuestas



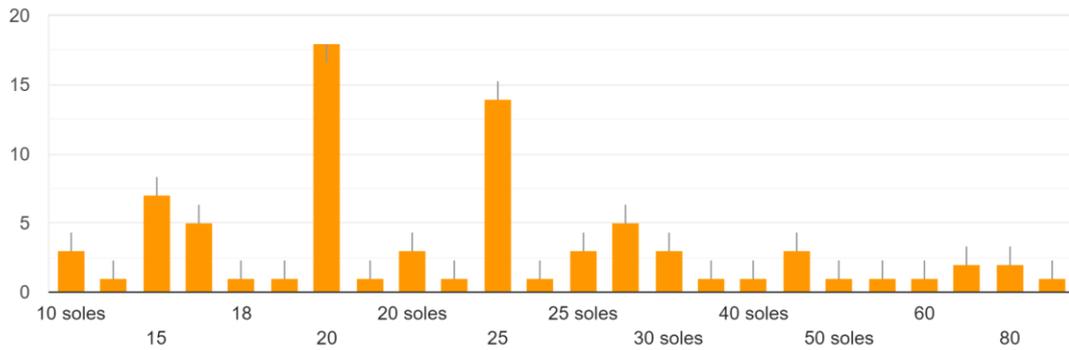
¿Consideras importante generar más puestos de trabajo para que los padres de familia tengan más ingresos?

80 respuestas



10. ¿Cuánto sería lo máximo que pagarías por una prenda HAWA?

80 respuestas



¿Qué opina de un proyecto de venta de ropa eco amigable con el fin de recaudar fondos para los niños con desnutrición en Villa el Salvador?

80 respuestas

- Interesante
- ideal
- Sería muy bueno
- Muy buena está iniciativa.
- Que gran proyecto están realizando, yo estaría dispuesta apoyar a una buena causa.
- Me encanta la idea
- Me parece una buena idea
- Me parece muy buena iniciativa, el ayudarnos entre nosotros siempre hará que avancemos como país y hermanos q somos.
- Genial

Logotipo HAWA



CANAL DE YOUTUBE HAWA - ENTREVISTAS

HAWA | equipo 1 TLS
Sin suscriptores

PERSONALIZAR CANAL GESTIONAR VÍDEOS

Inicio Vídeos Listas Canales Información 🔍

Subidas ▶ REPRODUCIR TODO

ENTREVISTA N° 6 | ¿Cuál es la realidad nutricional de Vil...
7:15
1 visualización • hace 6 días

ENTREVISTA N° 5 | niño V.E.S y su alimentación
5:47
0 visualizaciones • hace 6 días

ENTREVISTA N°3 | especialista en nutrición -...
6:21
1 visualización • hace 6 días

ENTREVISTA N°2 | especialista en programas ...
10:24
1 visualización • hace 6 días

<https://www.youtube.com/channel/UC5dHdkC-ZQp1p0HNLS17bg>