

---

## El poder de un abrazo y la innovación social: caso Hugger Island

---

Compartir una canción, dar un mensaje de aliento, o intercambiar una sonrisa son algunas de las maneras de demostrar afecto. Partiendo de esta premisa nació Hugger Island (La Isla de los Abrazadores), un emprendimiento que surgió con el objetivo de enseñar inteligencia emocional a través de libros, herramientas y talleres. Con el paso del tiempo esta organización ha logrado afianzarse en el mercado nacional, pero, también su impacto se ha visto reflejado en el plano internacional, pues tanto en Perú, como en Argentina se vienen comercializando sus productos.

### La magia de un abrazo

El límite afectivo en los hombres, la poca relevancia que se da con respecto a las emociones y el afecto, o el sentirse menos, fueron aspectos claves para que se diera el nacimiento de Hugger Island, que, desde su creación, ha buscado generar bienestar **social** a través de las emociones y **emocional** a través del diseño y del abrazo. Este último es un gesto instintivo, en el que se busca demostrar cercanía y que todo estará bien. Lo anterior enmarca a este emprendimiento como una Innovación Social, ya que es una manera efectiva, eficiente y sustentable que soluciona una carencia en la sociedad.

El primer abrazador se creó en el 2009. Para aquella época, Viviana Otálvaro, fundadora de Hugger Island, se encontraba en Argentina realizando su especialización en Biodiseños y productos mecatrónicos. Ella tenía un novio, que en aquel momento se encontraba en Colombia y para intentar mantener la cercanía con él, creó un muñeco de trapo, con brazos largos y con la frase: **“un abrazo para ti, estés, donde estés”**. No obstante, tiempo después el noviazgo llegaría a su final. Pese a esto, el objeto creado por Viviana llamó la atención de personas cercanas, como por ejemplo su hermano, quien había viajado a Australia y le pidió que le enviara uno para sentirla más cerca, lo mismo hicieron su prima y su tía. De esta manera al abrazador se le comenzó a mirar como un elemento significativo en la familia.



*En la imagen Viviana Otálvaro junto a su novio. Aquel noviazgo fue clave para que surgiera el primer abrazador.  
Foto Hugger Island.*

Para el año 2012 la emprendedora Otálvaro analizó un artículo científico donde se explicaba cómo el afecto mejoraba las condiciones de niños con cáncer y a raíz de ello comenzó a escribir un libro, pero, además estudió la manera en cómo esos abrazadores podrían ayudar a quienes padecieran de esta enfermedad. En el 2016 aplicó a una beca en Alemania, más precisamente en **The do school**, una consultora que apadrina proyectos de innovación social en el mundo. A esta convocatoria se postularon 900 personas, de 15 países y clasificaron a la etapa final 21, entre ellas, Viviana Otálvaro con tres ideas enfocadas al bienestar emocional: el muñeco abrazador, una varita mágica para personas con Alzheimer y un juego para que niños sordos aprendieran a leer y escribir.



*Viviana Otálvaro exponiendo su proyecto en Alemania. Foto. Hugger Island.*

De las 21 propuestas finalistas, la de Viviana ocupó el segundo lugar por mejor idea de negocio. Esto le permitió permanecer tres meses en Alemania incubando la idea y diez meses en el país de origen (Colombia). Posterior a ello, se validaría el prototipo, modelo de negocio, los potenciales mercados y se tendrían que tomar decisiones cruciales en lo que respecta a la protección intelectual del abrazador.

### Innovación: el resultado de investigación y emprendimiento

Hay teorías económicas que reemplazan la Pirámide de Maslow (teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su obra Una teoría sobre la motivación humana) y plantean que las necesidades humanas no están clasificadas en una pirámide, sino que deberían ser una matriz, ya que hay países con muchas tasas de desarrollo, pero también con altos índices de suicidio, lo cual deja en evidencia, que el dinero no es un condicionante para la felicidad de las personas. Ello rompe con la Pirámide de Maslow y sirve para elaborar una matriz donde se evidencia la importancia de tener un techo como sentirse libre, o tener alimentos como sentirse amado. Allí se sitúa Huger Island, ya que es un condicionante del éxito y este no solamente se da por el factor económico, Ebitda o flujo de caja, sino también por lo que genera en las personas: a cómo satisfacen distintas necesidades que tienen que ver con el afecto, pertenecer a un grupo, identificarse con el otro y tener esperanza de vida. De esta manera queda evidenciado el concepto de desarrollo y de éxito que busca este emprendimiento, ya que dependiendo del bienestar que se genere en las personas, se tendrá mayor o menor impacto.

**MATRIZ DE NECESIDADES Y SATISFACTORES**

NECESIDADES SEGÚN CATEGORÍAS AXIOLÓGICAS	NECESIDADES SEGÚN CATEGORÍAS EXISTENCIALES			
	SER	TENER	HACER	ESTAR
<b>Proteccion</b>	Cuidado, autonomía, adaptabilidad, equilibrio, solidaridad.	Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo.	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender.	Contorno vital, contorno social, morada.
<b>Afecto</b>	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, humor, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad.	Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines.	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar.	Privacidad, intimidad, hogar, espacios de encuentro.
<b>Identidad</b>	Pertenencia, coherencia, diferencia, autoestima, asertividad.	Símbolos, lenguaje, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo.	Comprometerse, integrarse, confundirse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer.	Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas.
<b>Libertad</b>	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia.	Igualdad de derechos.	Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar.	Plasticidad espacio-temporal.

*En la imagen se observa la matriz de necesidades y satisfactores, de Manfred Maxneff, quien además ha tenido diferentes trabajos sobre el desarrollo a escala humana. Foto Huger Island.*

Para desarrollar esta idea se investigó sobre Ergonomía cognitiva (área de la ciencia que entiende cómo el diseño puede cambiar el comportamiento. Lo usan mucho en la publicidad y la moda) y la manera en que este diseño podría cambiar las condiciones de las personas, pero en innovación social, desde la pobreza. Asimismo, se realizaron diferentes prototipos, se revisaron telas, pesos y tamaños del muñeco para que le sirvieran a todas las personas. Lo anterior sirve para entender que la Isla de los Abrazadores le apunta al concepto de Diseño Universal, con el que se busca que los objetos puedan ser usados por todos los públicos. En el caso del abrazador es útil para los bebés, niños, adolescentes, adultos, personas en condiciones de alegría, tristeza, duelos, nacimientos, entre otros. Durante este proceso, la emprendedora Otálvaro también se basó en la Biomimética, que es la ciencia que estudia los modelos naturales para imitarlos, también utilizó sus diseños y procesos para resolver problemas. A partir de allí analizó la manera en la que la naturaleza condiciona los procesos humanos: se observó cómo la manera de actuar de las aves, manadas y bandadas ayudaba en las condiciones de liderazgo; también se evidenció cómo se mejoraba la estrategia de comunicación a través de los hongos y desde el comportamiento animal se estudió cómo se podría mejorar el libro, la isla y el concepto del personaje que enseñaría qué hacer con sentimientos como la rabia, el miedo o la tristeza.

### **Abrazador, un objeto que todo lo hace desde el corazón**

El abrazador no es un juguete, es una herramienta emocional que existe para abrazar, no tiene ojos, orejas, ni boca, porque todo lo hace desde el corazón y nació por la fuerza de una crisis junto con la isla. Este lugar fue creado con base en la geografía colombiana, ya que está rodeado de dos océanos, montañas, bosque, mar y ríos, donde muchos guerreros viven aventuras, hasta llegar a encontrar poderes nuevos. Desde este emprendimiento se plantea que a nivel simbólico la naturaleza sirve para que las personas, en esos lugares, encuentren analogías para poder liberar emociones con un lenguaje universal, porque la naturaleza, junto con el abrazo, no tienen dignidad, género, religión, ni nacionalidad. Respecto al modelo de negocio, este se lleva a cabo en el diseño, ya que genera oportunidades laborales y en el caso de Hugger Island solo se trabaja con mujeres cabeza de hogar.



*Las sonrisas son los gestos más visibles que tienen las personas cuando reciben un abrazador. Foto Hugger Island.*

1. **Productores:** Son las personas encargadas de desarrollar los abrazadores. En este caso son 11 mujeres de las Comunas 7 y 8 de la ciudad de Medellín, ellas son desplazadas y tienen entre 50 y 60 años. Todas han logrado superarse, lo cual demuestra que a través de este emprendimiento se les da dignidad a las personas con la oportunidad de trabajo. La meta que se tiene es emplear a mujeres vulnerables en cada país al que lleguen, para generar un impacto local.
2. **Compradores:** En este caso se hace alusión a quienes adquieren los productos. Aquí se entiende que la inteligencia emocional aporta a la calidad de vida. Hugger Island cuenta con un modelo solidario que consiste en que si alguien compra un abrazador puede donar otro a personas que se encuentren en hospitales u hogares de adopción.
3. **Receptores:** Como se mencionó anteriormente, los abrazadores no necesariamente son para quienes los compran, en varias ocasiones estos objetos se dan como regalo. Además de hospitales y centros de adopción pueden llegar a instituciones para capacitar a trabajadores sociales o psicólogos.



*En la imagen se observan a algunas de las mujeres cabeza de hogar que producen la Isla de los Abrazadores. En el centro Viviana Otálvaro, creadora de dicho emprendimiento. Foto Hugger Island.*

### **El poder de la química en un abrazo**

El abrazo es una de las maneras de demostrar seguridad, pero, para entender más sobre este acto es importante conocer el concepto de Oxitocina. Esta es una hormona que activa el músculo que produce la leche materna, lo que significa que cuando las personas están siendo amamantadas están consumiendo la mencionada hormona, de allí viene la palabra abrazo. Etimológicamente significa rodear con los brazos y cuando alguien es abrazado, recurre a ese primer momento de ser protegido, alimentado y cuidado. Es por ello que este resulta ser un símbolo muy fuerte en la manifestación afectiva. También produce Oxitocina, que, además, sirve para mejorar el sistema inmunológico, aumenta la motivación, ayuda a tomar decisiones, activa la dopamina (neurotransmisor que está presente en diversas áreas del cerebro y que es especialmente importante para la función motora del organismo) y la endorfina (hormonas que actúan en el cerebro estimulando la sensación de placer y bienestar, además de reducir la sensación de dolor).

A continuación, veremos una gráfica de dos niños. En esta tomografía se observa que a la izquierda hay alguien que creció en condiciones normales y a la derecha, se muestra a un niño que vivió con el maltrato. Las zonas en rojo son de mayor actividad cerebral y las de negro significa que no pasa nada. Según la imagen, quien creció en condiciones de maltrato le va a costar más leer, escribir, posiblemente tenga déficit de atención y problemas psicomotores. Teniendo como base esta gráfica, este emprendimiento le apuntó a convertir al abrazador en un personaje que a través de un storytelling enseñe qué hacer con emociones como la rabia, tristeza, angustia, entre otras. Cada uno, tiene una historia que viene en un libro, lo que les permite a las personas identificarse y encontrarse con ellos mismos.



*La anterior gráfica fue clave para convertir la idea en un concepto.*

### Historia del abrazador y sus libros

Abrazador nació de la fuerza de una crisis, había soledad y tristeza y era tanta que explotó en mil pedazos. De esa fuerza nació un personaje que sirve para abrazar, aunque él acababa de nacer, no sabía quién era, ni para qué existía. Caminando conoció a otros personajes que sí sabían para qué estaban, uno de ellos fue Cumbia, que nació en el mar y se caracteriza por entregarle los problemas al viento. Sabe que todo pasa y al ver al océano tan grande se da cuenta que los problemas no son tan grandes como el universo mismo. Todas estas historias vienen de la geografía colombiana y de allí se derivan algunos nombres, como por ejemplo Cumbia, que es un abrazador costeño, alegre y que sabe que todo pasa y Macu, que está inspirado en las montañas de Macuira.



*La geografía ha sido un elemento clave para darle nombre a los personajes. Foto Hugger Island.*

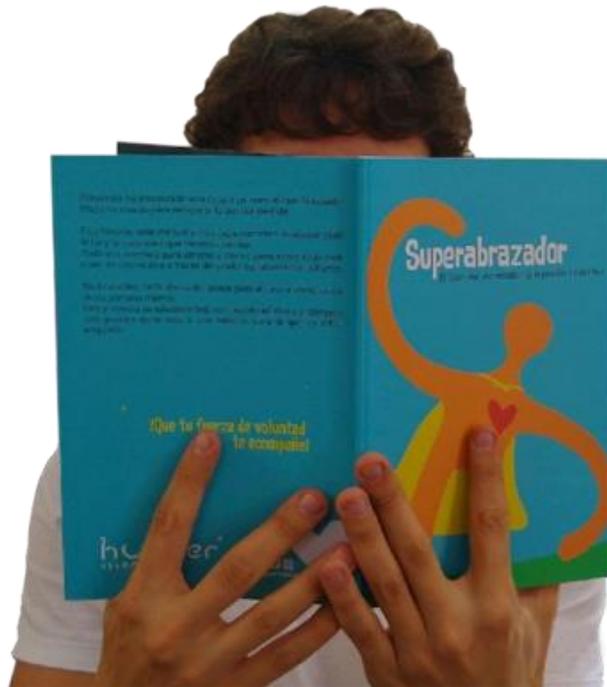
Por otro lado, los libros han impactado de manera positiva al público por sus llamativas historias. En el primero de ellos, Abrazador conoce a otros, se da cuenta de su nombre

y del poder que tiene dentro de sí. Ese personaje se manifiesta en un muñeco de trapo, que si alguien lo abraza es como si se abrazara asimismo. El segundo libro habla de la tristeza, de cómo un abrazador se perdió por dentro y cuando esto sucedió su sonrisa desapareció. Trató de buscarla por todas partes, hasta que encontró una carta y atravesó la tristeza. Este libro, que no trae un abrazador, pero sí una capa, viene con un manual donde las personas pueden escribir cuáles son sus superpoderes y puntos débiles. El tercero hace alusión al miedo y se explica cómo este sentimiento le permite al abrazador conocer varias fuerzas y poderes que tiene dentro de sí. Vale la pena resaltar que todos los libros están acompañados de objetos porque estos ayudan de gran manera a hacer refuerzo cognitivo.



*Las historias de los libros de Hugger Island resultan inspiradoras para las personas. Foto Hugger Island.*

Con las historias de Hugger Island se enseña que la fuerza de la decisión puede cambiar el día y que se pueden atravesar las situaciones complejas de manera distinta. Estas se encuentran en los libros y el concepto de los muñecos se convierte en complemento de ellos. En lo que respecta a los abrazadores hay que precisar que todos los elementos que conforman este objeto son elaborados con materiales amigables con el medio ambiente: cartón, algodón y botellas pet.



*Superabrazador es uno de los libros de Hugger Island. Foto Hugger Island.*

En este emprendimiento también se venden entrenamientos o talleres, donde se convierten los libros en experiencias de aprendizaje y se desarrolla una metodología en la que se explican las emociones que se sienten en el cuerpo. Además, se venden espacios y con las herramientas se capacitan personas en empresas, hospitales, hogares de adopción o colegios, donde se instalan salas de inteligencia emocional, conocidas como Emocionatecas, en vez de computadores. En esos espacios las personas pueden tener conversaciones y aprender a manejar sentimientos como la rabia y la tristeza. De este emprendimiento también se resaltan los rituales que se llevan a cabo. Estos generalmente se presentan en los hogares de adopción y en los hospitales. Allí se viven diferentes experiencias simbólicas y una de las más significativas es cuando un abrazador donado es entregado. En estos lugares se unen dos mundos, en muchos casos opuestos. Sin embargo, la importancia radica en reconocer que todos son iguales en aquellos momentos de soledad, tristeza o miedo y es así como funciona el abrazador y ese modelo de donación, ya que se acompañan a muchas personas en situaciones complejas a conectarse con otros, o con ellos mismos.

### **Covid-19 y una oportunidad para seguir creciendo**

A pesar de que el 2020 fue un año difícil debido a la pandemia del Covid-19, en Hugger Island se convirtió este problema en una oportunidad. Prueba de ello fue que se pasó de vender 3.000 a 10.000 abrazadores anuales, lo que significó un aumento de 400% en ganancias y un equilibrio económico después de cinco años. Las ventas en medio de la pandemia se dieron gracias a una campaña de contención que se hizo con las empresas, para que apoyaran a los trabajadores emocionalmente.

Si bien abril y mayo fueron los meses de más confinamiento, las ventas de los abrazadores lograron su tope más alto. Al iniciar este emprendimiento, en el 2016, se tenía un capital de \$3.000.000 (647,095 USD). Con ese valor se compró tela y algodón y de esta manera se fabricaron los primeros 500 abrazadores. Para el 2019, esta organización se sostenía por ventas. Sin embargo, no era suficiente para consolidar un equipo, se trabajaba por proyecto, freelancer, o con voluntarios, pero, en el 2020 se logró el punto de equilibrio con 149 millones de pesos colombianos (alrededor de 32 mil 200 USD).



*Aunque al principio fue difícil encontrar el equilibrio económico, con el paso de los años Hugger Island logró afianzarse. Foto Hugger Island.*

### **Búsqueda de inversionistas**

La búsqueda de inversionistas ha sido una labor incansable para Hugger Island, que ha estado en distintos lugares del mundo. Sin embargo, los resultados no siempre han sido los esperados. En 2017 Viviana Otálvaro estuvo en Alemania reclamando el reconocimiento que había ganado con la beca **The do school**. Allí, encontró posibles inversores y aunque se encontró con algunos muy interesantes, se devolvió con las manos vacías, ya que las propuestas eran contrarias a la filosofía de este emprendimiento. Una de las personas interesadas planteó el siguiente negocio: invertir 150 mil euros (alrededor de 680 millones de pesos colombianos), promocionar el producto en diferentes lugares y cuando recuperara su inversión se iría, pero, su idea de campaña era la de generar lástima y culpa, algo que iba en contra de lo que hacía La Isla de los Abrazadores. En Turquía también apareció una nueva oportunidad de negocio, pero una vez más la propuesta no prosperó, puesto que lo planteado también iba en

contra de los valores de esta empresa. El inversionista propuso que los abrazadores se fabricaran en China y que su rentabilidad fuera más alta, pero, este emprendimiento no estaba dispuesto a reducir el pago de las mujeres cabeza de hogar que se encargan de la producción de los abrazadores en Hugger Island y cuyo salario supera los 800 USD mensuales (aproximadamente 3 millones 600 mil pesos colombianos).

### **Consolidación y expansión**

Luego de un 2017 complejo, Hugger Island logró mostrarse ante millones de personas. En el 2019 este emprendimiento estuvo presente en la tercera temporada del reality de negocios, Shark Tank, con el episodio [Combatir la rabia, el miedo y la tristeza con un abrazo](#). Este capítulo tuvo 40 millones de personas conectadas en toda Iberoamérica y a raíz de eso llegaron propuestas de Argentina, Chile, Venezuela, España, entre otros. De hecho, se cerró un trato con Alejandra Torres, una de las inversionistas del programa. Si bien ella no hace parte de la marca como inversionista, sí acompaña como aliada importante en temas de medición de impacto y en hacer reconocimiento de otros asuntos.



*Hugger Island presente en la tercera temporada de Shark Tank, en Rusia. Foto Hugger Island.*

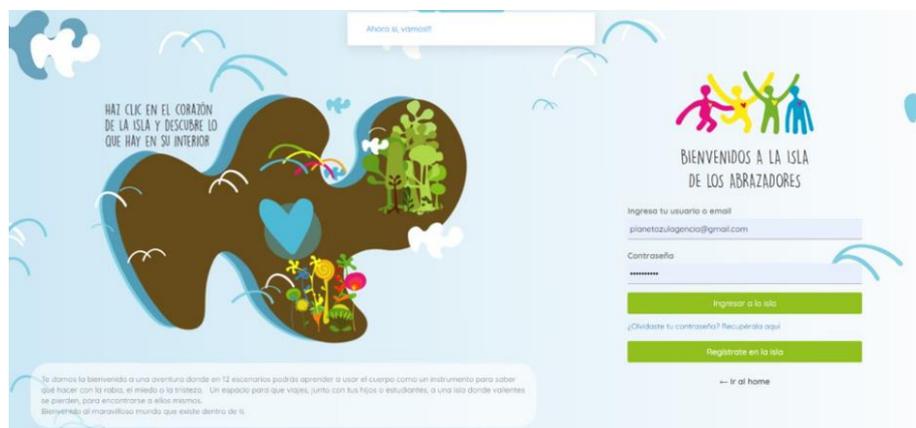
Para el 2020 este emprendimiento aplicó al Fondo Emprender, del Sena (es un fondo que facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas) y ganó 149 millones de pesos (32.500 dólares), de un préstamo condonable que le permitió tener oficina, y consolidar el equipo de trabajo. Además del Covid-19, que aumentó las ventas, el contar con un capital más sólido, ha permitido que Hugger Island siga afianzándose. En ese mismo año, La Isla de los Abrazadores entró en grandes cadenas de Colombia como Éxito, Carulla y hasta el 2022 se encontraba en 102 puntos de venta en todo Colombia, una oportunidad positiva para posicionar el producto y validar el mercado en todo el país.

A corto plazo, y tras ganar la convocatoria de Crea Digital con el Ministerio de Cultura, en el 2021, la nueva meta de Hugger Island es convertir al abrazador, personaje de sus muñecos y libros, en una caricatura digital con la cual pretenden seguir acompañando y educando a sus usuarios. A través de este método se busca que estos productos ingresen con más facilidad a otros países, teniendo en cuenta que ya están en Perú y Argentina.



**Colombia, Perú y Argentina son los tres países en los que se encuentra operando La Isla de los Abrazadores. Foto Hugger Island.**

Este emprendimiento también se encuentra en las plataformas Spotify y Youtube con el nombre Hugger Island. Este es un módulo de aprendizaje en el que se escanea el libro por código QR y se puede expandir la experiencia, escuchando a expertos que hablen de diversos tipos de emociones. También se tienen canciones, podcast y demás elementos que buscan escalar con más aplicaciones, convocatorias y objetos cotidianos, donde los personajes se conviertan también en merchandising para poder posicionar la marca y estar más cerca de los compradores. También se debe precisar que hasta el 2022 alrededor de 30.000 personas habían tenido un abrazador. Sin embargo, desde este emprendimiento continúan trabajando para que las personas sigan creyendo y confiando en sí mismas.



**Además de los productos físicos, en este emprendimiento también le apuntan a lo digital. Foto Hugger Island.**

Para Hugger Island la magia es creer en lo maravilloso creyendo en sí mismo, porque los seres humanos nacieron para abrazar y bajo esa premisa este emprendimiento espera seguir siendo cómplice de alegrías, celebraciones, enfermedades y duelos. La invitación es para que las personas conozcan más sobre este emprendimiento y para ello se recomienda visitar su sitio web (<https://linktr.ee/HuggerIsland>) y sus respectivas redes sociales ([Facebook](#), [Instagram](#) y [Youtube](#)).

No hay dudas que lo hecho por Viviana Otálvaro es una muestra clara de visión, pasión y perseverancia, elementos claves a la hora de innovar. Gracias a ese espíritu emprendedor, esta marca ha podido afianzarse en el mercado y expandirse en otros países.

### **Conferencista**

Viviana Otálvaro es ingeniera de diseño de producto, especialista en biodiseños y productos mecatrónicos; docente investigadora y ha trabajado en las empresas Unilever y Peugeot.

*Tomado de la conferencia: El poder de un abrazo y la innovación social: caso Hugger Island”, dictada el 1 de junio de 2022 por Viviana Otálvaro, fundadora de Hugger Island.*