

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"



AQUAE

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:

RODRIGO FELIPE CARBAJAL SECADA
(<https://orcid.org/0009-0005-2758-9198>)

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

AUTOR:

JUAN PABLO MONTENEGRO MARCIAL
(<https://orcid.org/0000-0001-5537-0680>)

Asesor

PAOLA SANCHEZ MENDOZA
(<https://orcid.org/0000-0003-3451-8310>)

Lima - Perú
2024

PROYECTO DE INNOVACIÓN

PAPER NAME

**ENTREGA FINAL PARA TURNITING PRO
YECTO - RESUMEN %2B PPT PROCESO -
GRUPO 4.pdf**

AUTHOR

-

WORD COUNT

21899 Words

CHARACTER COUNT

115497 Characters

PAGE COUNT

118 Pages

FILE SIZE

22.1MB

SUBMISSION DATE

Jun 3, 2024 10:32 PM GMT-5

REPORT DATE

Jun 3, 2024 10:57 PM GMT-5

● 18% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 15% Internet database
- 8% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 13% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Resumen

AQUAE busca resolver de una manera asertiva y efectiva la poca cultura de conservación del agua. El área estratégica en la que nos estamos enfocando es Salud y bienestar Social, dirigida hacia la actividad económica de Enseñanza; ya que basaremos nuestra propuesta de solución en poder concientizar y educar a los adolescentes de Lima Metropolitana respecto a la poca valoración que se tiene sobre este recurso que es vital para la vida de todos los seres vivos.

Es de suma importancia el poder abordar este tema de una manera rigurosa ya que es una problemática muy latente actualmente, la cual conlleva a que 1.5 millones de habitantes en Lima carecen del acceso a este servicio. Sin embargo es uno de los temas menos tocados en la mayoría de colegios y hogares, lo cual conlleva a que la población no le tome la importancia debida y continúe haciendo un mal uso del recurso, llegando a infravalorar la accesibilidad que algunas zonas pueden tener a él.

Con el objetivo de proponer una solución innovadora para nuestra problemática se ha empleado la metodología Toulouse Thinking, la cual permite realizar el trabajo de manera más objetiva, creativa, interactiva y dinámica con el usuario.

La primera herramienta de desarrollo del proyecto fue el Mapa de actores, el cual permite tener una mejor idea de las personas involucradas en la problemática, para llegar hacia el público objetivo. Como segunda herramienta se empleó el análisis de datos, el cual permite la interacción directa con el usuario y poder obtener información y estadísticas relevantes sobre la problemática. La tercera herramienta que se empleó fue el mapa mental el cual permite relacionar las categorías halladas en los pasos anteriores y poder explicar de manera más concisa la problemática en el contexto de cada persona. La cuarta herramienta que se desarrolló fue el Lienzo tema, el cual permite plasmar de manera más clara y concisa toda la información extraída a lo largo de la primera fase.

Finalmente, se empleó la herramienta llamada Problema – Reto para poder identificar el problema desde lo menos importante hasta lo más urgente de resolver y realizar la creación de soluciones enfocadas en las necesidades de las personas.

Nuestra propuesta de valor consiste en la creación de AQUAE un juego de mesa didáctico en el cual educaremos de una manera lúdica y llamativa a los jóvenes adolescentes, donde les mostraremos diferentes situaciones reales con relación al agua, permitiéndoles tener un mejor pensamiento crítico y consciente sobre el uso diario que le dan a este recurso básico.

AQUAE destaca por su facilidad de uso, accesibilidad económica, desarrollo eco-friendly y fomento del pensamiento crítico.

El diseño del tablero estará basado en una temática apocalíptica con relación a la escasez del agua, presenta una división modular y presenta una gran variedad de piezas que actúan como compuertas a elegir por partida, lo cual permite que el usuario pueda variar su camino a seguir en cada partida permitiendo que este producto logre ser rejugable.

Las fichas de jugador llevarán 4 colores y características diferentes. Deberán cumplir los retos asignados, racionalizando los recursos que están en la baraja de recursos y respondiendo de manera correcta a las preguntas de cultura general y de la vida cotidiana presentadas en la baraja de desafíos las cuales se acceden al desbloquear una compuerta.

El ganador será aquel jugador que logre llegar a la compuerta 5 y responder de manera correcta la pregunta final. Las condiciones de victoria serán determinadas por el uso adecuado de los recursos distribuidos para los 4 jugadores, las condiciones de temperaturas indicadas en la barra de tiempo y la estrategia que se pueda lograr en equipo.

Para poder realizar el testeo del juego y obtener críticas constructivas de nuestro público objetivo lo cual nos lleve a una mejora del producto , realizamos 80 encuestas, en las cuales desarrollamos 14 preguntas relacionadas a la edad, genero, distrito en el que viven y qué tanto conocimiento tienen con relación a la Escasez del agua y su consumo diario. Así mismo generamos 10 entrevistas, en las cuales profundizamos más en las experiencias que cada entrevistado vive en su vida cotidiana. También realizamos 3 observaciones a distintas personas de diferentes edades durante su día a día, las cuales nos permitieron analizar de manera más directa las acciones y actitudes frente al consumo del agua. Por último desarrollamos 2 talleres generativos, uno de manera virtual en el cual empleamos la plataforma meet e invitamos a adolescentes de edades entre los 11 a 18 años y el segundo de manera presencial enfocado a adolescentes y a los padres de los mismos, con el objetivo de poder visualizar su punto de vista respecto a la funcionalidad del juego y el costo del mismo.

En todo el desarrollo de nuestras validaciones, pudimos identificar que la mayoría encontró el producto novedoso y de una forma agradable de aprender, a la vez observamos que la mitad del público tenía conocimiento del tema del agua, mientras que la otra mitad no.

Además nuestro público objetivo acotó que prefieren testear el juego antes de poder adquirirlo, así mismo comentaron que les gustaría encontrarlo en Ferias. Se destacó la elección de colores, que evoca juegos clásicos y que generan familiaridad; a la vez los padres sugirieron más competencia entre jugadores para mayor participación, acompañado de una división equitativa entre preguntas de cultura general y vida cotidiana.

Dentro de nuestro segundo taller generativo los padres de nuestro público objetivo mencionaron que estarían dispuestos a pagar entre 20 a 50 soles por el juego de mesa, por ello como primera producción desarrollaremos 700 juegos, de los cuales tenemos como meta objetiva vender 70 unidades mensuales a un costo de 45 soles, con un delivery de 12 soles que varía según el distrito.

Finalmente como conclusiones, destacamos que se utilizará la gamificación para mejorar el aprendizaje y habilidades de los jugadores. Se confirmó que el juego aumentará la conciencia sobre la conservación del agua en adolescentes y la investigación demuestra que la propuesta cumple con los objetivos económicos, medioambientales y sociales, motivando a los jóvenes a valorar la importancia del agua.