ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

MI PRIMERA ALCANCÍA

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Publicitario

AUTOR:
RICARDO MARCELO MIRANDA CONTRERAS

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en
Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:
JESUS MIGDONIO TINEO MARCOS

Asesor:
CARLOS OMAR MEDRANO MALDONADO
https://orcid.org/0009-0005-0671-5490

Lima - Perú
2022

MI PRIMERA ALCANCIA - PROYECTO DE INNOVACION_compressed.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:478690570

Fecha de entrega
6 ago 2025, 3:29 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
6 ago 2025, 3:31 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
MI PRIMERA ALCANCIA - PROYECTO DE INNOVACION_compressed.pdf

Tamaño de archivo
6.9 MB

81 Páginas

2221 Palabras

11.158 Caracteres

12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 25 palabras)

Fuentes principales

12% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
4% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación “Mi Primera alcancía” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de enseñanza y busca resolver la ausencia de educación financiera básica, teniendo como población beneficiaria niños de 4 a 8 años en Lima Metropolitana.

Se utilizó la metodología de resolución creativa de problemas utilizando herramientas de Design Thinking para centrarse en el usuario y Lean Startup para promover la implementación de los resultados. Estas herramientas incluyen la colaboración y el pensamiento visual, tales como el método persona para crear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para identificar el contexto y el mercado, mapa de trayectoria para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor para fortalecer el concepto innovador.

La propuesta de valor innovadora que se presenta consiste en asistir a los niños a aprender de manera didáctica sobre la educación financiera básica proporcionada por expertos. Promueve el interés en los conceptos financieros y contribuye a la formación de adultos conscientes de su responsabilidad con el dinero. Esta es una aplicación educativa con un diseño atractivo y una narrativa de lenguaje simple. El jugador (niño de 4 a 8 años) a través de minijuegos asistirá a los diferentes personajes a solucionar sus dificultades económicas reflejadas en contextos de la vida diaria.

Los minijuegos se clasifican según los niveles y edades (4 - 5 y 6 - 8). Al concluir cada nivel, se potenciará el aprendizaje mediante un vídeo animado acerca del concepto adquirido. Respecto a la alternativa para los padres, solo será posible acceder con una clave y podrán visualizar el perfil de su hijo, su progreso, los amigos añadidos en la aplicación y los planes de suscripción. La pantalla de premios nos presenta varias alternativas para intercambiar nuestros puntos, tales como paquetes de imágenes, fondos de pantalla, avatares y vales de consumo con efectivo (5 a 20 soles).

La aplicación llevará a cabo una estrategia de marketing en redes sociales y, a través de influencers en el ámbito educativo y financiero, promovemos la aplicación. Cooperaremos con instituciones educativas privadas para comercializar el método de enseñanza mediante el uso de nuestros personajes y minijuegos. Además, nos asociaremos con un banco para utilizar su marca y promoverla, esto nos proporcionará un respaldo y apoyará al banco a incrementar su visibilidad.

Para la experimentación se diseñó el prototipo de alta fidelidad en la plataforma de Figma y se mostró a niños de 4 a 8 años junto con sus padres para que probarán la aplicación y nos contarán sus apreciaciones. Gracias a esto descubrimos los siguientes hallazgos:

• Los padres están dispuestos a pagar por el servicio.
• El diseño y navegación de la aplicación son intuitivas y fáciles de manejar para los niños
• Los niños de 4 a 5 años se sintieron más atraídos por los minijuegos
• Los niños de 6 a 8 años preferían los vídeos animados reforzando el concepto aprendido y las recompensas.
• Los niños querían que los minijuegos tuvieran sonido y en cuanto al diseño preferían los colores más fuertes que a los pasteles.

Se concluye que la solución propuesta ayuda a que nuestros usuarios principales (niños de 4 a 8 años) aprendan de forma didáctica sobre educación financiera básica. Generando interés en los conceptos financieros y así suprimir el analfabetismo financiero en la infancia, logrando que se conviertan en adolescentes y adultos responsables con el dinero y se recomienda modificar el diseño de la app por colores más encendidos e incluir sonidos que acompañen en todo momento al niño (a) para jugar. Como escalamiento tenemos pensado hacer alianzas con colegios públicos y presentar el método de enseñanza al ministerio de educación para incluir las finanzas básicas en la malla curricular y a la SBS.