ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”

NIMBIO, UNA EXPERIENCIA VIVA

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:
VICTOR ZAID SOTO DARIO
(https://orcid.org/0000-1111-0000-1111)

Asesor
HECTOR EDUARDO REVILLA DELGADO
(https://orcid.org/0000-0002-0411-2662)

Lima - Perú
2024

PPT PROCESO - NIMBIO EXPERIENCIA VIVA.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:456441130

Submission Date
May 6, 2025, 8:46 PM GMT-5

Download Date
May 6, 2025, 8:58 PM GMT-5

File Name
PPT PROCESO - NIMBIO EXPERIENCIA VIVA.pdf

File Size
33.8 MB

122 Pages

15,304 Words

80,522 Characters

3% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

2% Internet sources
0% Publications
1% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto **“NIMBIO: una experiencia viva”** surge como una solución a la falta de instrucciones efectivas para interactuar con el Parque de las Mariposas de Barranco, situado en el Malecón Paul Harris, Barranco, Lima, Lima, Perú, un santuario urbano lleno de biodiversidad. Esta ausencia de información ha generado comportamientos perjudiciales como el ingreso a zonas restringidas, el pisoteo de flora y orugas, y la presencia de mascotas sueltas, lo que deteriora tanto el ecosistema como la experiencia de los visitantes. NIMBIO se enmarca en el área estratégica de Biotecnología y valorización de la biodiversidad, y responde a necesidades dentro del sector de Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas. Su propósito es revalorizar el parque como un espacio de conservación, educación ambiental y bienestar emocional. El público objetivo está compuesto principalmente por jóvenes y adultos entre 25 y 45 años, turistas, familias con niños, vecinos del distrito y personas con interés por la naturaleza. La intervención también beneficia indirectamente a ONGs ambientales, entidades municipales, voluntarios, y a la biodiversidad misma del parque. La importancia de abordar este problema radica en la urgencia de preservar espacios verdes urbanos como herramientas para la sostenibilidad ecológica, el aprendizaje ciudadano y la salud mental de la población.

Para llevar a cabo este proyecto se empleó la metodología Toulouse Thinking, que abarca cuatro etapas: investigar, idear, desarrollar y transferir. Estas fases permitieron abordar la problemática desde una perspectiva creativa, iterativa y centrada en el usuario. Se aplicaron técnicas como el Customer Journey Map para mapear la experiencia del visitante, talleres generativos para validar ideas con usuarios reales, encuestas para recolectar datos cuantitativos y el Canvas de Modelo de Negocio para organizar los aspectos estratégicos y económicos del proyecto. El trabajo de campo incluyó visitas al parque, registros visuales, entrevistas con expertos como Victoria Alcántara (ONG Mariposas Urbanas) y encuestas a visitantes, en las que se encontró que el 80% desconocía que se trataba de un santuario. Además, se identificaron y priorizaron perfiles clave como transeúntes con mascotas o personas interesadas en la naturaleza. Todo esto permitió entender mejor el comportamiento del usuario y orientar una propuesta coherente con la realidad del parque.

La propuesta de valor de NIMBIO consiste en una experiencia híbrida e interactiva que combina elementos físicos y digitales para transformar la manera en que los visitantes se relacionan con el Parque de las Mariposas. Se diseñó un sistema de señalética inspirado en colibríes y mariposas, fabricado con materiales resistentes al clima y ubicados estratégicamente dentro del parque. Cada señal incluye un código QR que enlaza a una aplicación móvil con contenidos educativos, trivias, rutas temáticas y material audiovisual sobre la biodiversidad local. Esta solución busca fomentar una experiencia multisensorial y participativa, donde el visitante no solo recorre el espacio, sino que aprende y se conecta emocionalmente con el entorno. La app sugiere rutas personalizadas,

presenta noticias, recomendaciones ambientales, una tienda virtual, e integra a la ONG Mariposas Urbanas como fuente de contenido verificado.

Durante la validación del proyecto, se evaluaron tanto los paneles informativos como la aplicación móvil. En la primera etapa se probó la señalética con usuarios reales, validando su atractivo visual y su claridad. En la segunda etapa, se testeó la app en aspectos de usabilidad, propósito y diseño visual. Ambos elementos fueron bien recibidos, destacándose su facilidad de uso y su valor educativo. En una prueba de campo de tres horas, se validaron tres hipótesis clave: 53 personas leyeron el panel de bienvenida, 15 expresaron interés en descargar la app, y 9 afirmaron que comprarían en la tienda virtual, superando los mínimos esperados. Las observaciones durante la validación permitieron ajustes importantes: mejorar el contraste de los títulos, ampliar el tamaño de los paneles y ubicarlos en tres puntos estratégicos del parque con mayor flujo de visitantes. También se integró un acceso directo a redes sociales y la app a través de códigos QR. Estas mejoras aumentaron la visibilidad, funcionalidad y conexión con el usuario. Y en la tercera etapa, se reclutó a algunos visitantes para que recorrieran el parque leyendo los paneles informativos mientras usaban el simulador de la app NIMBIO. El objetivo fue comprobar cómo ambos canales, físico y digital, se complementaban, ofreciendo una experiencia coherente que facilita el acceso a la información clave para la conservación del espacio.

El principal hallazgo del proceso fue comprobar que una estrategia basada en tecnología accesible, señalética educativa e interacción emocional puede transformar la experiencia en espacios naturales urbanos, fomentando la conservación y el aprendizaje. NIMBIO logró convertir una visita pasiva en una oportunidad de participación activa y compromiso ambiental. A futuro, se contempla seguir trabajando con Mariposas Urbanas y además, trabajar de froma más directa con la Municipalidad de Barranco, integrando más rutas y funcionalidades digitales. El modelo de negocio proyecta una inversión inicial de S/ 17,500, con gastos mensuales de S/ 4,450 y una rentabilidad mensual estimada de S/ 1,100, permitiendo recuperar la inversión en 16 meses. Esto se logrará a través de ingresos provenientes de la tienda virtual, donaciones, alianzas con marcas y actividades presenciales. NIMBIO no solo es viable económica y operativamente, sino también sostenible en términos sociales y ambientales, consolidándose como una propuesta replicable para fomentar la vida de los ecosistemas terrestres en entornos urbanos.