ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

BINGO SPLASH

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

AUTOR:
ERLY MARIANYELIN GARCIA GOMEZ
(https://orcid.org/0009-0001-1887-3606)

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

AUTOR:
GUADALUPE YOLANDA PEREZ ZAPATA
(https://orcid.org/0000-0001-6915-1438)

Asesor:
PAOLA MARGARITA SÁNCHEZ MENDOZA
(https://orcid.org/0000-0003-3451-8310)

Lima - Perú
2025

PROYECTO %28RESUMEN%2BPPT PROCESO%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:459889995

Submission Date
May 16, 2025, 8:20 PM GMT-5

Download Date
May 16, 2025, 8:33 PM GMT-5

File Name
PROYECTO (RESUMEN+PPT PROCESO).pdf

File Size
10.9 MB

66 Pages

15,527 Words

82,283 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

3% 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

Ante el creciente problema de contaminación por residuos sólidos en la playa La Herradura, surge el proyecto Bingo Splash, con el objetivo de reducir este impacto ambiental mediante una dinámica participativa que promueve el compromiso de visitantes y comerciantes con la limpieza del entorno. La base del proyecto es la necesidad primordial en contar con estrategias efectivas para disminuir desechos en la zona, por un lado, beneficiando a los comerciantes con un entorno limpio y un ingreso extra, y por otro a los bañistas, que serán rodeados de un entorno limpio y saludable. Si no se actúa a tiempo, la contaminación puede expandirse y seguir siendo una playa no apta para el uso, afectando así la economía local y deteriorando el entorno.

Para abordar de manera efectiva todo lo analizado previamente, se aplicó la metodología Toulouse Thinking, complementado el proceso con talleres generativos, entrevistas, encuestas e investigación de campo y escritorio. Estas herramientas ayudan a comprender las necesidades de los usuarios y llegar de manera efectiva hacia ellos.

A partir de estos hallazgos, la propuesta de valor de este proyecto está enfocada en ayudar a los comerciantes de la playa a impulsar su crecimiento económico, mediante un juego de limpieza dirigido a las familias que visitan la playa La Herradura. Mediante una mecánica, los visitantes reciben un cartón de bingo al realizar una compra mínima en algún quiosco. Cada casilla contiene imágenes de tipos de basura. Los jugadores disponen de tiempo para recolectar estos residuos, marcarlos en su cartón y depositarlos en tachos reciclables. Al completar reciben descuentos en los quioscos participantes. Los residuos recolectados en los quioscos se entregan posteriormente a empresas recicladoras, generando un ingreso adicional para los comerciantes. Esta solución crea una experiencia lúdica y social, la cual responde a una necesidad ambiental y económica.

La hipótesis principal del proyecto es: “Si reducimos la contaminación en tierra mediante nuestra propuesta, los comerciantes mejorarán sus ingresos económicos y participarán constantemente en esta iniciativa.” Para su validación se aplicó talleres generativos, recibiendo una aceptación con los actores clave, lo que permitió identificar la disposición a colaborar y el valor para emplear la dinámica.

Durante la validación, los vendedores respondieron positivamente ante la propuesta, destacando que la reducción de residuos se vincule con una actividad que genera ingresos extra para ellos mismos. Aprecian que sus negocios se relacionan con una causa ambiental, en conjunto con los visitantes.

Entre los hallazgos clave, se identificó que involucrar a los vendedores fortalece su compromiso con el entorno y mejora su motivación. También se detectó que muchos no perciben la contaminación como un problema urgente, por lo que el proyecto apuesta por hacer visible esta situación de forma lúdica y educativa, generando conciencia mientras se promueve un entorno más limpio.