

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**



TIMA BOX

Proyecto de innovación para obtener el grado de bachiller en
Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

ANGIE SANCHEZ ZAGA

(<https://orcid.org/0000-0001-7529-2456>)

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

AUTOR:

KATHERINE YONG CALDERÓN

(<https://orcid.org/0000-0003-0081-9932>)

Lima - Perú
Año 2022

Resumen del Proyecto de Investigación

El proyecto de innovación Campaña lúdica “TIMA BOX” que ayude a la mejora de la autoestima en niños de la primera infancia (3-7 años) en Lima Metropolitana se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social, la actividad económica de información y comunicaciones y busca resolver las afectaciones a la autoestima de los niños de la primera infancia, teniendo como población a los directores de centros educativos, docentes y padres.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución presentada en forma de propuesta de valor consiste en una campaña lúdica que visibilice la importancia del desarrollo de la autoestima y brinde un producto didáctico “TIMA BOX”, una caja con material para realización de actividades lúdicas.

Para la experimentación se realizó una campaña lúdica para concientizar sobre la importancia de una buena autoestima en los niños. Al conocer la opinión de los usuarios, se vio necesario agregar un material lúdico que pueda servir como intermediario. Se concluye que la propuesta cubre la necesidad de informar y concientizar sobre la importancia de la autoestima a través del material lúdico.

Palabras claves: autoestima, salud - bienestar social, primera infancia y campaña

lúdica