ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

EL COMBATE DE LA DEPRESIÓN MEDIANTE MEDIOS PUBLICITARIOS CONVENCIONALES

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

AUTORES:

DAVID MAURICIO MIRANDA AGUILAR

ANGELA PATRICIA CARPIO NATIVIDAD

Asesor:
ALEJANDRO CASTILLO GODOY
https://orcid.org/0009-0003-2003-8823

Lima - Perú
2021

ANGELA PATRICIA CARPIO NATIVIDAD 2013000106v.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:474101911

Fecha de entrega
16 jul 2025, 12:53 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
16 jul 2025, 12:54 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
ANGELA PATRICIA CARPIO NATIVIDAD 2013000106v.pdf

Tamaño de archivo
2.6 MB

24 Páginas

422 Palabras

2530 Caracteres

17% 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 10 palabras)

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

8% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
12% 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 presente Proyecto de Innovación "EL COMBATE DE LA DEPRESIÓN MEDIANTE MEDIOS PUBLICITARIOS CONVENCIONALES", se enmarca en el ámbito estratégico de Salud y Bienestar Social, así como en la actividad económica correspondiente a Salud Humana y Asistencia Social. El objetivo central consiste en abordar la problemática de la depresión en jóvenes pertenecientes a la Generación Z (nacidos entre finales de la década de 1990 e inicios de los años 2000), específicamente aquellos que integran los niveles socioeconómicos A y B de Lima Metropolitana.

Para el desarrollo del proyecto se emplearon metodologías de enfoque ágil e innovador, tales como Design Thinking y Lean Startup, las cuales incluyen herramientas de pensamiento visual y colaborativo. Entre estas destacan la técnica de definición de arquetipos ("persona"), el mapa de actores para el análisis del contexto y los stakeholders, el mapa de trayectoria del usuario, el canvas de propuesta de valor y el canvas del modelo de negocio, los cuales permitieron consolidar tanto el enfoque conceptual como la viabilidad de la iniciativa. Cada una de estas herramientas es detallada en el cuerpo del documento.

La solución propuesta se estructura en torno a una estrategia de comunicación orientada a ser implementada mediante campañas publicitarias convencionales del tipo ATL (Above The Line). Dicha estrategia parte de la recopilación y análisis de información sobre el grado de conocimiento que poseen los jóvenes de la Generación Z respecto a la depresión, con el fin de diseñar lineamientos comunicacionales efectivos que promuevan su prevención y atención.

Como parte del proceso de experimentación, se desarrollaron prototipos en forma de entrevistas escritas, aplicados a una muestra de 30 estudiantes del Centro Educativo Particular Stephen W. Hawking, quienes participaron de manera voluntaria y con consentimiento informado. Las herramientas aplicadas incluyeron 22 preguntas de

carácter cualitativo y una encuesta estructurada en 12 ítems cuantitativos, permitiendo así recopilar datos que sustenten el diseño de una estrategia comunicacional adecuada.

En conclusión, los hallazgos indican que la depresión constituye una enfermedad de alto riesgo y escasa visibilidad en la publicidad tradicional. Por tanto, se recomienda el diseño, desarrollo e implementación de campañas informativas y educativas que permitan visibilizar esta problemática, fomentando su identificación, prevención y tratamiento oportuno mediante el uso estratégico de medios convencionales.