ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

PEQUEÑOS MOMENTOS

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en

Arquitectura de Interiores

AUTOR:

AKEMI CLAUDIA YARA LECAROS

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en

Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:

LUIS ANDRÉS MEZA ESTELA

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en

Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

GONZALO RODRIGO CASTAÑEDA DÍAZ

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en

Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

WINNIE ALISON MAXELI JARA SOTO

ASESOR:

ELIZABETH DUARTE GUARDIA

https://orcid.org/0000-0002-1372-8020

Lima - Perú

2020

04.8.25

04.8.25

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:478342218

Fecha de entrega
4 ago 2025, 4:20 p.m. GMT+2

Fecha de descarga
4 ago 2025, 4:23 p.m. GMT+2

Nombre de archivo
PEQUEÑOS MOMENTOS - PROYECTO DE INNOVACION VF.PDF

Tamaño de archivo
13.4 MB

27 Páginas

1278 Palabras

6750 Caracteres

11% 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)

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

9% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
11% 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 Pequeños momentos se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de enseñanza y busca resolver la necesidad de lograr el desarrollo integral ideal de los niños en el Perú, orientándose como un primer paso por un enfoque en el desarrollo socioemocional, debido a que, según la ENDES 2022, solo el 36,3% de las niñas y niños de 24 a 71 meses de edad, logran regular sus emociones y comportamientos en situaciones de frustración y establecimiento de límites.

Los primeros años de vida son determinantes para el desarrollo de una persona. En esta etapa se adquieren y desarrollan diversas capacidades físicas, cognitivas, psicológicas y socioemocionales que son fundamentales para que una persona se desempeñe adecuadamente a lo largo de su vida como ciudadano saludable, responsable y productivo para sí mismo, su familia y la sociedad, por lo tanto, se tomó como población beneficiaria a padres de familia del NSE A y B de Lima Metropolitana, con hijos pequeños de 2 a 5 años para que logren una buena inteligencia emocional al reconocer, expresar y manejar sus emociones.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en cuentos personalizados que promueven el desarrollo de habilidades socioemocionales de los niños, favoreciendo una interacción equilibrada entre padres e hijos, además de ayudar en el aprendizaje, la atención y la motivación en el hábito de lectura.

Los cuentos son diseñados de acuerdo a las características del niño, a través de una plataforma web, los padres pueden personalizar los personajes, lugar de la historia, y los principales aspectos que desean abordar con su hijo/a, respecto a sus comportamientos, actitudes o expresiones, con el fin de que la historia se amolde a sus emociones y sentimientos.

El producto en físico consiste en el cuento hecho de material reciclado, y el diseño realizado por expertos, supervisado por psicólogos especialistas en manejo de emociones, que se encargan de analizar lo descrito por los padres sobre los aspectos que desean

abordar con su hijo, con la finalidad de que el cuento muestre situaciones complicadas de su vida diaria, generando interrogantes acerca de lo que sienten, de cómo lo sienten y de por qué lo sienten, abriéndose una vía para poder trabajar y canalizar las diferentes emociones.

El cuento también contiene stickers reutilizables de rostros que muestran las emociones básicas del niño y que son diseñados con sus características físicas por los padres en el momento que personalizan el cuento en la plataforma, con el objetivo de que puedan reconocer la emoción que sienten en cada situación y colocarlo donde corresponda, además vienen stickers de los demás personajes del cuento, así como también elementos que puede haber en la escena, con esto se busca favorecer la expresión y comunicación de los niños porque está diseñado para fomentar el desarrollo de la creatividad e imaginación y otras capacidades que se trabajan en la etapa preescolar.

Al adquirir el cuento, los padres además reciben el servicio de asesoría psicológica virtual, que corresponde a 8 sesiones de conexión virtual de 1 hora y que podrán agendar desde la plataforma web con una cuenta que se les brindará, como parte esencial del proceso, ellos podrán conectar con la especialista asignada para poder brindarles la debida orientación sobre el progreso del desarrollo de su hijo.

La primera asesoría de bienvenida y de primer contacto con los padres, tiene como finalidad conocer y caracterizar la dinámica e historia familiar, reunir la información necesaria, para establecer los contenidos, la trama del cuento y el diseño del cuento. Las asesorías subsiguientes, será de seguimiento y acompañamiento a los padres, en el uso de los cuentos, la plataforma web y la interacción con sus niños en el manejo de las emociones.

El proyecto tiene una alta rentabilidad social y también económica. El precio del cuento, incluido las asesorías virtuales, es de 55 soles. venta mensual proyectada de 400 unidades de cuentos, el ingreso mensual proyectado será de S/. 22,000.00 soles; y la recuperación de la inversión se logrará en el sexto mes del año; siendo que partir del séptimo mes, se podrán obtener las utilidades netas del proyecto.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) del cuento y de la plataforma web, como producto mínimo viable, se realizó un primer modelo de cuento a partir de la

información que se recolectó en un focus group realizado a 15 madres de familia, también se creó una página de Facebook con posts informativos sobre temas de concientización sobre el control de emociones, información sobre el producto, servicio y el proceso de venta con el fin de poder promocionar el proyecto y medir la interacción de los usuarios, además se utilizó como un canal digital de comunicación con los usuarios para poder brindarles la información mucho más detallada.

Para poder concretar la venta se les envió una ficha para que llenaran sus datos y un formulario de Google para que puedan personalizar el cuento, en el cual pudieron elegir la forma del rostro del niño, color de ojos, piel, cabello, etc. Para poder cerrar con los últimos detalles de la venta, se procedió a coordinar por Whats app el lugar de envió del cuento, el método de pago, las fechas y horarios para las asesorías con la psicóloga.

Finalmente se realizó un show room como parte de la validación del proyecto con actividades lúdicas e interactivas como shows infantiles acerca de las emociones, talleres cuenta cuentos y un taller para padres sobre la importancia de la inteligencia emocional para dar a conocer el producto y servicio. La actividad se llevó a cabo en un nido en el distrito de La Molina, en el cual participaron padres de familia y niños del aula de 4 años.

Como resultado, las interacciones y los comentarios de los usuarios confirmaron la eficacia de la solución para abordar las necesidades emocionales de los niños. Las métricas y los hallazgos respaldan la escalabilidad y el éxito de la iniciativa.

Se concluye que la solución propuesta demostró que la personalización de los cuentos, despierta interés en los niños, al verse y sentirse protagonistas de la historia, en la que encuentra personajes familiares y escenarios muy parecidos a su casa, barrio, colegio; logrando mejorar la interacción entre padres e hijos, en la identificación y manejo de las emociones.

Así mismo, el éxito del proyecto de innovación, se basa en la rentabilidad económica que genera; en el gran impacto que produce en la calidad de vida de las familias, y; en alto nivel de satisfacción e identidad corporativa de los colaboradores por los logros obtenidos. Siendo además amigable con el medio ambiente.

Se recomienda para el futuro incluir un seguimiento continuo, una posible ampliación y un perfeccionamiento continúo basado en los comentarios de los usuarios. Así mismo, dado su alto impacto social, se recomienda presentar el proyecto a instituciones educativas y organizaciones sociales dedicadas al desarrollo de la familia y a los niños pequeños, para incluirlo como material en sus programas educativos y sus actividades.