



HUELLA MÍNIMA

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

AUTOR:

David Mauricio Miranda Aguilar

Lima - Perú
Año 2021

● 17% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.tls.edu.pe Internet	6%
2	scienti.minciencias.gov.co Internet	3%
3	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2022-06-28 Submitted works	2%
4	researchgate.net Internet	2%
5	Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco on 2020-03-11 Submitted works	1%
6	francor.com.mx Internet	1%
7	magisnet.com Internet	1%

Resumen

El proyecto de innovación EL COMBATE DE LA DEPRESIÓN MEDIANTE MEDIOS PUBLICITARIOS CONVENCIONALES se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Salud humana y asistencia social y busca combatir la enfermedad de la depresión en los jóvenes, teniendo como población beneficiaria a la denominada generación Z (nacidos a finales de la década de 1990 e inicio de los 2000) de un nivel socioeconómico A y B en Lima Metropolitana.

Se aplicó la metodología de Design Thinking y Lean Startup, que contempla herramientas colaborativas y de 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 innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en determinar una estrategia comunicacional que traería como beneficio su implementación en campañas publicitarias se trata de un(a) recopilación información de jóvenes de la generación “Z”, para identificar si estas poseen conocimiento sobre la depresión a través de la publicidad y proponer lineamientos masivos para difundir estrategias que la combatan través de medios convencionales ATL (Above The Line - Sobre la línea).

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) los cuales son formatos de entrevistas escritas orientadas un grupo de 30 estudiantes del Centro Educativo Particular Stephen W. Hawking los cuales den su consentimiento para la aplicación de este experimento que constan de 22 preguntas cualitativas y una encuesta de 12 preguntas cuantitativas, con cuyos resultados se podrá idear de manera mas objetiva una estrategia comunicacional adecuada para combatir el problema de la depresión.

Se concluye que la solución propuesta que la depresión es una enfermedad de riesgo mortal que es tomada con muy poca importancia en el rubro publicitario en medios convencionales y se recomienda plantear, promover y ejecutar estrategias comunicacionales orientadas a informar sobre la gravedad de esta enfermedad de manera que esta pueda ser identificada, prevenida y tratada a tiempo.

--

Lista 1, Área estratégica de desarrollo prioritario (Perú)

¿A qué clase de problema le da solución mi proyecto?

1. Seguridad alimentaria
2. Salud y bienestar social
3. Tecnología ambiental sostenible
4. Tecnología de materiales
5. Biotecnología y valoración de la biodiversidad
6. Competitividad y diversificación industrial

Lista 2. Actividad económica en la que se aplicará la innovación

Las actividades económicas en el Perú son 17:

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
2. Explotación de minas y canteras
3. Industrias manufactureras
4. Electricidad, gas y agua

5. Construcción
6. Comercio
7. Transporte y almacenamiento
8. Actividades de alojamiento y servicios de comida
9. Información y comunicaciones
10. Actividades financieras y seguros
11. Actividades inmobiliarias
12. Actividades profesionales, científicas y técnicas
13. Administración pública
14. Enseñanza
15. Salud humana y asistencia social
16. Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas
17. Otras actividades de servicios