ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Los Secretos del Santa Ana

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Jose Rodrigo Cama Morales
DNI: 70239913, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292, Perú

JURADO

Juan Miguel Chunga Chunga
Martin Alberto Saavedra Saavedra
Patricia Carolina Chuquiano Sánchez

Lima, Septiembre 2025

Proyecto de Innovaci%C3%B3n JOSE RODRIGO CAMA MORALES FINAL.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:481485118

Submission Date
Aug 11, 2025, 1:46 PM GMT-5

Download Date
Aug 11, 2025, 2:39 PM GMT-5

File Name
Proyecto de Innovación JOSE RODRIGO CAMA MORALES FINAL.docx

File Size
2.5 MB

85 Pages

14,387 Words

82,896 Characters

6% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

4% Internet sources
0% Publications
5% 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.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. INFORMACIÓN GENERAL 4
1.1 Título del Proyecto de Innovación 4
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 4
1.3 Contextualización 9
II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN 10
2.1 Planteamiento del Problema 10
2.2 Población beneficiaria 13
2.3 Objetivos 20
2.4 Marco Referencial 21
2.5 Proceso Creativo y Experimentos 22
2.5.1 Información del Usuario 22
2.5.2 Mercado 26
2.5.3 Propuesta de Valor 37
2.5.4 Diseño del Producto/Servicio 42
2.5.5 Modelo de Negocio 49
2.5.6 Resultados Esperados 54
2.5.7 Prototipos desarrollados 60
2.5.8 Evaluación y Métricas de Impacto del Proyecto 66
2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 72
III. Estimación de costos 75
IV. Conclusiones y Recomendaciones 78
V. Referencias Referencias bibliográficas utilizadas para el desarrollo del proyecto 83
VI. Anexos 85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 descripcion general del proyecto....6
Tabla 2ARBOL DE PROBLEMAS....11
Tabla 3MAPA DE ACOTRES....14
Tabla 4ARQUETIPO DE USUARIO....23
Tabla 5ANALISIS FODA....26
Tabla 6ANALISIS PESTEL....32
Tabla 7PROPUESTA DE VALOR....38
Tabla 8grafico estructura de la serie web....43
Tabla 9DISELO DEL VIDEOJUEGO Y ESTRUCTURA DE NIEVELES....45
Tabla 10Ejemplo de interacción en redes sociales....46
Tabla 11Relación ente el e-book y otros componentes....48
Tabla 12Modelo de negocios canva....49
Tabla 13gráfico que muestra la evolución de la conciencia sobre el bullying digital a través de la serie y las redes sociales....55
Tabla 14gráfico que muestra la participación activa de los usuarios a través de decisiones en el videojuego y en las redes sociales....57
Tabla 15Estrategia Educativa....58
Tabla 16gráfico de ingresos proyectados por venta de contenido y patrocinios....59
Tabla 17Tabla de Creación de Prototipo....60
Tabla 18prototipo baja definicion....63
Tabla 19prototipo alta....64
Tabla 20 check list del prototipado....64
Tabla 21Tablero UX....67
Tabla 22Tabla Receptora....70
Tabla 23Tabla Resumen del Modelo de Negocio....72

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Los Secretos del Santa Ana: Una Experiencia Transmedia de Drama Adolescente"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación **"Los Secretos del Santa Ana"** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de **Educación y Cultura Digital** y la actividad económica de **Industrias Creativas y Entretenimiento Digital**, y busca resolver **el daño psicosocial en adolescentes causado por la viralización de rumores y secretos en entornos escolares hiperconectados**, teniendo como población beneficiaria **estudiantes de 13 a 18 años de colegios privados limeños (NSE medio-alto), representados en el arquetipo de "Valeria"**.

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, y **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 **un ecosistema transmedia que combina una serie web, videojuego interactivo, redes sociales ficticias y un e-book complementario**, se trata de un **producto digital integrado** con las siguientes características:

- **Serie web:** 8 episodios de 10-15 minutos con estándares cinematográficos
- **Videojuego:** Aventura gráfica en 3D con mecánicas de puzzle
- **Redes sociales:** Cuentas ficticias que expanden la narrativa
- **E-book:** Contenido exclusivo sobre backstories de personajes

Triple balance:

- **Social:** Aborda problemas reales de bullying digital
- **Económico:** Modelo sostenible con múltiples flujos de ingreso
- **Ambiental:** Producción carbono-neutral y distribución 100% digital

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) **de alta fidelidad que incluyeron:**

- Episodio piloto de 15 minutos
- Demo jugable del videojuego (nivel biblioteca)
- Cuenta funcional de @ConfesionesSantaAna en Instagram

Estos prototipos se utilizaron para **validar con 50 usuarios reales** mediante:

- Testeo presencial en 3 colegios de Lima
- Encuestas digitales sobre engagement
- Sesiones de feedback con psicólogos educativos

Resultados de validación:

- 85% de los adolescentes se identificaron con los personajes
- 70% quiso interactuar con los elementos transmedia
- Mejoras identificadas: necesidad de más slang peruano y tutoriales intuitivos

Se concluye que la solución propuesta **demostró alta efectividad para generar conciencia sobre los peligros de los rumores digitales mientras entretiene**, y se recomienda:

1. **Implementación escalonada:** Lanzar primero la serie y videojuego básico
2. **Monitoreo continuo:** Usar analytics para medir impacto en tiempo real
3. **Escalamiento:** Adaptar el modelo a otros países latinoamericanos
4. **Alianzas estratégicas:** Con ONGs y el Ministerio de Educación para ampliar alcance

Tabla1
descripción general del proyecto

Título del proyecto	**Los Secretos del Santa Ana**
Género	Drama Adolecente / Suspenso
Formato	Miniserie Web
N° de capítulos	8
Duración	10 a 15 minutos
Frecuencia de emisión	Semanal

Tagline:

“Tu vida puede cambiar por un solo rumor."

Logline:

"Una adolescente descubre un cuaderno lleno de secretos escolares que desata una cadena de eventos inesperados, exponiendo oscuros misterios y poniendo su vida social en riesgo."

Storyline:

"Luana, una estudiante de secundaria, encuentra un cuaderno que revela secretos íntimos de sus compañeros. Pronto, los chismes toman vida en una cuenta de Instagram anónima, afectando su reputación y obligándola a enfrentarse al chico más popular de su clase en busca de respuestas, mientras oscuros secretos sobre su entorno emergen."

Sinopsis Argumentativa Extendida

En un tranquilo colegio de secundaria, la vida de Luana cambia drásticamente cuando encuentra un cuaderno misterioso en su casillero, lleno de secretos y chismes sobre sus compañeros de clase. Pronto, un rumor falso que sugiere que pasó Año Nuevo con Daniel, el chico más popular del colegio, amenaza con destruir su reputación y aislarla de sus amigas. Mientras Luana lidia con la angustia de los rumores, Daniel enfrenta su propia lucha personal con la presión de su padre, Roberto, quien guarda un oscuro secreto sobre lo que realmente ocurrió esa noche de Año Nuevo.

Obligados a trabajar juntos para descubrir quién está detrás del cuaderno y de una cuenta de Instagram que publica los chismes, Luana y Daniel forman una alianza incómoda pero necesaria. A medida que investigan, los rumores del cuaderno comienzan a afectar a todos a su alrededor: Ximena y Alejandra, las mejores amigas de Luana, empiezan a desconfiar de ella; Emilio, un talentoso músico, teme que se revele el secreto de su adopción, lo que podría poner en riesgo su lugar en la banda escolar; y Santiago, un popular influencer de la clase, lucha por mantener en secreto su difícil situación económica mientras protege su imagen pública.

Con cada nueva revelación, las tensiones en el colegio aumentan, y las amistades y relaciones son puestas a prueba. Luana descubre que alguien cercano podría estar detrás de la difusión de los secretos, mientras Daniel muestra un lado más vulnerable al enfrentarse a la verdad sobre su complicada relación con su padre. Las tensiones alcanzan su punto máximo cuando una importante pista lleva a Luana y Daniel a una sorprendente revelación sobre el cuaderno y su origen, enfrentándolos a decisiones difíciles sobre si exponer la verdad o proteger a quienes los rodean.

En el clímax de la historia, la verdad sobre el cuaderno y los eventos de Año Nuevo sale a la luz, afectando profundamente las vidas de todos los involucrados. Daniel busca redimirse por sus errores, Luana aprende a encontrar fortaleza en medio del caos, Emilio abraza su identidad y Santiago encuentra una nueva manera de aceptar su realidad. Juntos, este grupo de jóvenes enfrenta las consecuencias de sus decisiones, descubriendo que la verdad, aunque dolorosa, puede ser el primer paso hacia la redención y el crecimiento personal. "El Cuaderno de los Secretos" es una historia sobre confianza, amistad y el poder transformador de la verdad.

Descripción General del Proyecto

Secretos del Santa Ana" es un drama juvenil que se desarrolla en el entorno de un prestigioso colegio privado en Lima, Perú. La historia sigue a Luana Díaz, una adolescente que se enfrenta a un dilema social y moral al encontrar un cuaderno lleno de chismes y secretos comprometedores sobre sus compañeros de clase. El conflicto se intensifica cuando una cuenta anónima de Instagram comienza a publicar estos secretos, desatando una tormenta de intrigas que afecta tanto la vida personal como las relaciones sociales de los personajes. Inspirada por producciones como “Control Z”, “Skins” y “Esta mierda me supera”, la narrativa combina elementos de misterio, drama social y romance, reflejando las

complejidades de crecer en un entorno hiperconectado donde las redes sociales amplifican cada error y rumor.

La serie busca capturar la esencia de la adolescencia moderna, explorando temas como la presión social, la identidad personal y el impacto de las redes sociales en las dinámicas escolares. A través de personajes complejos y bien desarrollados, el proyecto ofrece una ventana a las inseguridades, aspiraciones y dilemas morales de los adolescentes, conectando con una audiencia joven que busca contenido representativo y emocionalmente resonante. La trama destaca por su capacidad de entrelazar secretos oscuros y relaciones tensas, llevando a los personajes a cuestionar no solo a quienes los rodean, sino también sus propios valores y límites. Además, la ambientación en un contexto local peruano aporta autenticidad y frescura a un género que ha sido tradicionalmente dominado por narrativas extranjeras.

Desde una perspectiva visual y técnica, "Secretos del Santa Ana" apuesta por una estética cuidada y moderna que enfatiza los contrastes emocionales de la historia. Se utilizan tonos cálidos y fríos para reflejar el mundo emocional de los personajes, mientras que las redes sociales y la tecnología se integran de manera natural en la narrativa, sirviendo como herramientas tanto para el conflicto como para la resolución. El proyecto está diseñado para resonar con una audiencia joven y joven adulta, especialmente aquellos activos en plataformas digitales como TikTok, Instagram y YouTube. En última instancia, "Secretos del Santa Ana" es un relato poderoso sobre la vulnerabilidad y la resiliencia, que no solo entretiene, sino que también invita a la reflexión sobre las consecuencias de nuestras acciones en un mundo interconectado.

1.3 Contextualización

Los Secretos del Santa Ana" se desarrolla en el contexto de un exclusivo colegio privado limeño, reflejando la cultura juvenil peruana contemporánea marcada por la

hiperconexión digital y las presiones sociales propias de entornos educativos elitistas. El proyecto captura tradiciones locales como las fiestas de Año Nuevo y costumbres escolares (competencia académica, jerarquías sociales entre estudiantes), mientras aborda problemáticas actuales: el poder destructivo de los rumores, la doble vida en redes sociales y las tensiones familiares en estratos medios-altos. Utilizando recursos digitales (series web, videojuegos, redes sociales ficticias), la innovación impacta en tres dimensiones:

1) **Social**, al visibilizar consecuencias del bullying digital;

2) **Educativa**, promoviendo reflexión sobre privacidad (ODS 4).

3) **Cultural**, al ofrecer contenidos auténticos que rompen estereotipos de producciones adolescentes extranjeras. El escenario limeño con su mix de modernidad y desigualdades enriquece la narrativa, mientras las plataformas transmedias convierten al público en cómplice activo de los secretos del Santa Ana.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1 Planteamiento del Problema

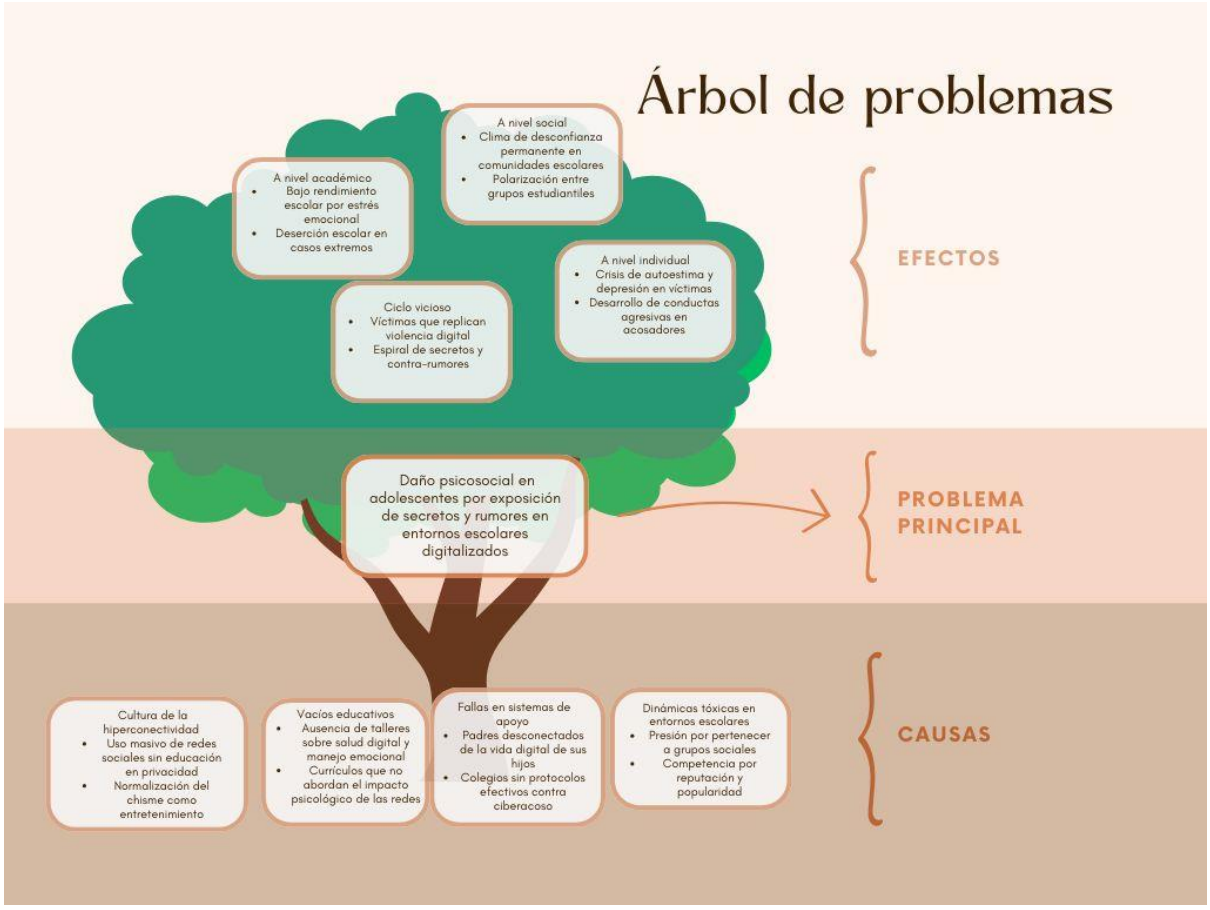
En los entornos escolares peruanos, especialmente en colegios privados, los adolescentes enfrentan una creciente presión social agravada por la viralización de rumores y secretos a través de redes sociales (ejemplo: cuentas anónimas que exponen vidas privadas). Esto genera un clima de desconfianza, ansiedad y daños reputacionales entre estudiantes, como se muestra en el caso de Luana nuestra protagonista, cuya vida social se ve destruida por un rumor falso. Causa: Se debe al uso irresponsable de plataformas digitales, la falta de educación emocional y la normalización del chisme como entretenimiento. Consecuencias: Los afectados desarrollan problemas de autoestima, depresión o incluso deserción escolar, mientras se perpetúan dinámicas tóxicas. El impacto ambiental (ODS) del proyecto aborda el ODS 3 (Salud mental) y ODS 4 (Educación inclusiva), al promover reflexión sobre el uso

ético de la tecnología y sus efectos psicosociales, además de reducir la huella digital negativa (ciberacoso).

Árbol de Problemas

Problema Central:

imagen 2 árbol de problemas



1. Problema Central:

"Daño psicosocial en adolescentes por exposición de secretos y rumores en entornos escolares digitalizados"

- Este problema nuclear se manifiesta en el proyecto a través de:
- El cuaderno de secretos que circula físicamente en el colegio
- Su réplica digital en @ConfesionesSantaAna (cuenta Instagram anónima)
- Los efectos devastadores en personajes como:
    - Luana (pérdida de autoestima)
    - Daniel (presión por mantener apariencias)
    - Emilio (miedo a revelar su adopción)

Contexto peruano:

El 68% de adolescentes en colegios privados de Lima reporta haber sido afectado por rumores digitales (MINEDU, 2023), coincidiendo con las tramas del proyecto.

2. Raíces del Problema:

A. Cultura de la Hiperconectividad

- Uso masivo sin educación:
    - Promedio de 5.3 horas/día en redes (INEI)
    - Ejemplo en serie: Personajes revisan compulsivamente @ConfesionesSantaAna
- Chisme como entretenimiento:
    - Normalización de cuentas "confesiones" en colegios limeños
    - Escena clave: Alumnos comentan rumores en el patio como si fuera un juego

B. Dinámicas Tóxicas Escolares

- Presión grupal :Jerarquías sociales extremas (popular vs marginado)Ejemplo,Daniel(personaje de la miniserie) mantiene su estatus ocultando su trauma
- Competencia malsana: Medición de valor personal en likes y seguidores ejemplo el Caso Santiago(personaje de la miniserie) que Crea contenido viral a costa de otros

C. Fallas en Sistemas de Apoyo

- Padres desconectados:
    - 42% no monitorea actividad digital de hijos (Encuesta CPI) Representado en: Madre de Luana(personaje de la miniserie) ignora sus cambios de conducta
- Colegios sin protocolos:
    - Solo 15% tiene capacitación en ciberacoso un Ejemplo el Profesor Héctor (personaje de la miniserie) castiga, pero no educa.

D. Vacíos Educativos

- Falta de educación digital:

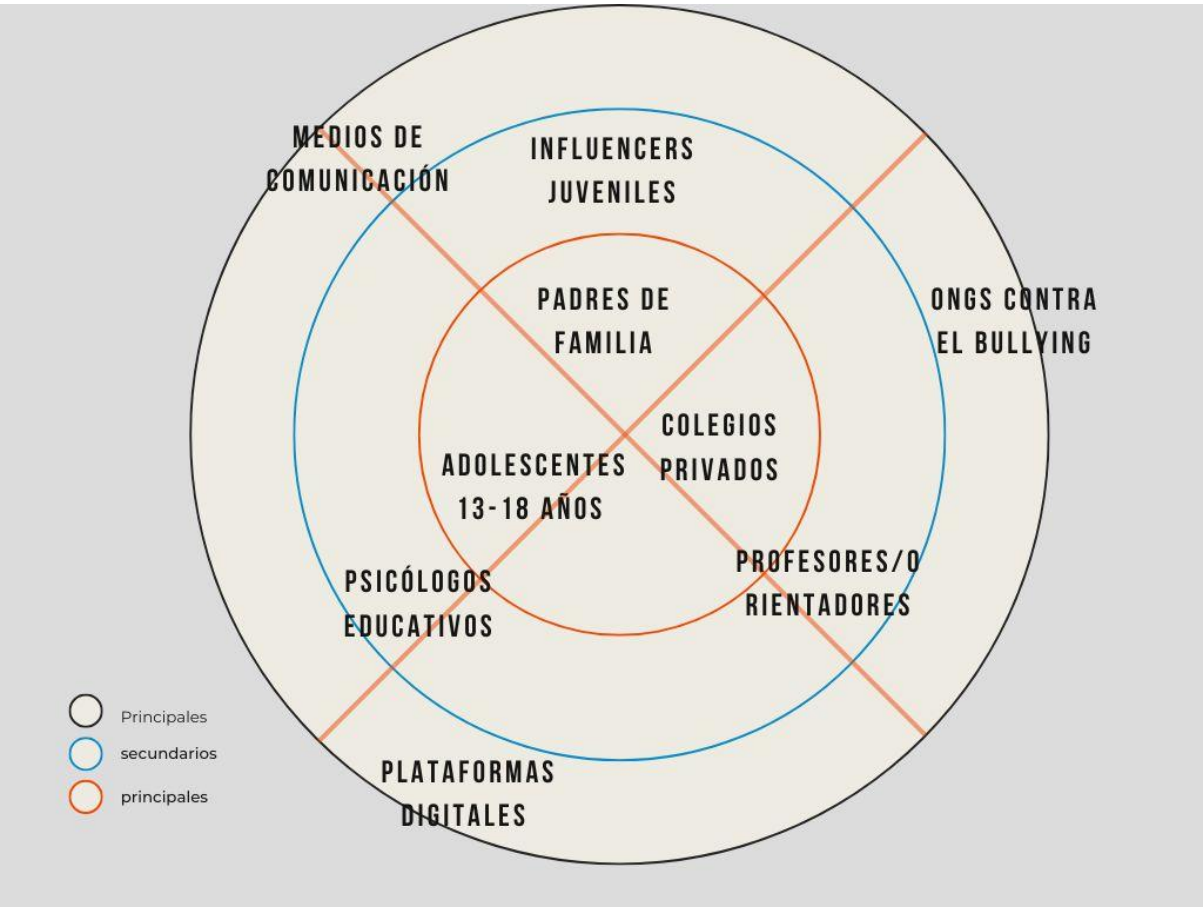
Salud mental ignorada:

- Psicólogos escolares atienden solo casos extremos Representado en que Nadie ayuda a Emilio (personaje de la miniserie) con sus ataques de ansiedad

2.2 Población beneficiaria

Mapa de Actores

Figura 3MAPA DE ACTORES



Mapa de Actores Detallado

1. Actores Principales (Núcleo del Proyecto)

- Adolescentes 13-18 años
- Protagonistas centrales de la narrativa y principales consumidores
- Perfil típico: estudiantes de colegios privados limeños con acceso a smartphones y redes sociales
- Comportamiento clave: 5+ horas diarias en plataformas digitales, especialmente TikTok e Instagram
- Influencia directa: moldean el lenguaje y estética del proyecto para garantizar autenticidad

- Ejemplo en la serie Luana representa al adolescente promedio afectado por rumores

Colegios privados:

- Escenarios físicos donde ocurren los conflictos
- Características: infraestructura de nivel alto, problemas recurrentes con redes sociales
- Datos relevantes: solo 25% tiene protocolos contra ciberacoso
- Oportunidad: implementación de talleres preventivos usando materiales del proyecto

Padres de familia:

- Demografía: profesionales 35-50 años con limitado entendimiento digital
- Rol dual: pueden ser aliados u obstáculos según su nivel de comprensión
- Representación en serie: Roberto Alcázar muestra el extremo de padres sobreprotectores

2. Actores Secundarios (Influenciadores Claves)

Profesores/orientadores:

- Situación actual: detectan problemas pero carecen de herramientas modernas
- Estadísticas: 80% reporta aumento en conflictos digitales entre estudiantes
- Potencial: capacitación con guías didácticas basadas en la serie

Psicólogos educativos:

- Cantidad insuficiente: 1 por cada 400 estudiantes en promedio
- Necesidad: material de apoyo para trabajar temas de identidad digital
- Valor para proyecto: validación científica de las situaciones planteadas

Influencers juveniles:

- Perfiles relevantes: creadores de contenido educativo/entretenido
- Alcance promedio: 50K-500K seguidores en plataformas digitales
- Ejemplo: @LimaTeens podría promover el videojuego a su audiencia

3. Actores Externos

Plataformas digitales:

- TikTok: algoritmo ideal para viralizar contenido dramático
- Instagram: mejor para desarrollar personajes y narrativas continuas
- Riesgo: políticas cambiantes que afecten visibilidad

ONGs contra el bullying:

- Aliados potenciales como Save the Children, UNICEF Perú
- Oportunidad de uso de personajes para campañas de concienciación

Medios de comunicación:

- Canales tradicionales: pueden dar credibilidad, pero riesgo de sensacionalismo
- Medios digitales: mejor para llegar a público joven
- Estrategia: kits de prensa con enfoque educativo

4. Facilitadores Claves

Equipo productor:

- Roles esenciales: guionista, director, psicólogo consultor
- Habilidad crítica: comprensión profunda de la cultura juvenil actual

- Innovación: uso de analytics para medir impacto en tiempo real

Patrocinadores:

- Marcas ideales: ropa juvenil, snacks, tecnología educativa
- Ventaja competitiva: acceso a data demográfica precisa
- Modelo: product placement orgánico + branded content

Estrategias de Relación por Actor

Para adolescentes:

- Involucramiento creativo: concursos para diseñar personajes secundarios
- Recompensas: acceso anticipado a contenido por participación activa

Para colegios:

- Agragar

Para padres:

- Guías visuales: infografías sobre señales de alerta
- Webinars con el elenco: para generar identificación emocional

Matriz de Priorización

Alto poder/Alto interés:

- Adolescentes
- Equipo productor
- Plataformas digitales

Medio poder/Alto interés:

- **Colegios**
- **ONGs**
- **Patrocinadores**

Riesgos Principales y Contingencias

1. **Cambios algorítmicos en redes:**

- **Solución: diversificación a email marketing y SMS**

2. **Sensacionalismo mediático:**

- **Solución: manual de estilo para comunicadores**

3. **Rechazo de instituciones educativas:**

- Solución: pilotos controlados con colegios aliados

Impacto Esperado por Actor

Adolescentes:

- 40% de aumento en conciencia sobre privacidad digital
- 25% reducción en compartir rumores

Colegios:

- Implementación de protocolos en 30 instituciones año 1
- 15% mejora en clima escolar reportado

ONGs:

- 50% más alcance en campañas contra bullying
- nuevas alianzas interinstitucionales

Población Beneficiaria Principal

El proyecto "Los Secretos del Santa Ana" está diseñado para resonar especialmente con adolescentes peruanos de 13 a 18 años, principalmente de colegios privados en Lima (NSE medio-alto). Esta audiencia se identifica con los conflictos presentados en la serie: rumores que destruyen reputaciones, presión por encajar en grupos sociales y la dualidad entre su vida real y su imagen en redes. Son nativos digitales hiperconectados (activos en TikTok, Instagram y YouTube), consumidores ávidos de series dramáticas como Élite o Control Z, y buscan contenidos que reflejen sus realidades sin filtros. El proyecto les ofrece no solo entretenimiento, sino también herramientas para reflexionar sobre sus propias experiencias en entornos escolares tóxicos.

Población Beneficiaria Secundaria

Aunque el foco son los adolescentes, el proyecto también beneficia indirectamente a padres de familia, profesores y orientadores escolares peruanos. Muchos adultos subestiman el impacto de los rumores digitales o desconocen cómo abordarlos; la serie funciona como un "puente generacional" para entender estas dinámicas. Además, psicólogos educativos podrían utilizar los episodios y materiales transmedia (como el e-book) para generar talleres sobre salud mental y uso responsable de redes sociales en colegios. Esto amplía el impacto del proyecto más allá del entretenimiento, convirtiéndolo en una herramienta educativa.

Alcance Nacional y Potencial Internacional

Si bien la narrativa está arraigada en la cultura limeña (con referentes locales como fiestas de Año Nuevo o jerarquías sociales típicas de colegios privados), los temas universales que aborda (bullying, identidad, desigualdad) permiten que el proyecto trascienda fronteras. En una segunda etapa, podría adaptarse a otros países latinoamericanos con realidades escolares similares (ej: Colombia, México). Sin embargo, la población beneficiaria prioritaria

sigue siendo la juvenil peruana, para la cual este proyecto representa una de las primeras producciones transmedia que habla de sus problemas sin estereotipos, usando su mismo lenguaje digital.

2.3 Objetivos dividir en objetivo general y especifgico

El proyecto "Los Secretos del Santa Ana" tiene como propósito fundamental desarrollar una innovadora propuesta transmedia que combine entretenimiento de calidad con reflexión social, dirigida específicamente al público adolescente peruano. Nuestro principal objetivo es producir una miniserie web de 8 capítulos que aborde temas sensibles como el bullying digital, la presión social y los secretos en entornos escolares, utilizando como escenario un prestigioso colegio limeño y manteniendo altos estándares de producción cinematográfica. Paralelamente, buscamos crear una experiencia narrativa inmersiva mediante el desarrollo de un videojuego interactivo disponible en plataformas como Steam y Epic Games, que permita a los usuarios explorar el universo del colegio y descubrir pistas ocultas; la implementación de cuentas ficticias en Instagram y TikTok que simulen confesiones anónimas de estudiantes; y la publicación de un e-book complementario en Amazon que profundice en las historias secundarias de los personajes. A nivel de impacto, nos proponemos alcanzar 1 millón de reproducciones para el episodio piloto, generar al menos 500,000 interacciones en redes sociales durante la fase de lanzamiento, y establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas para desarrollar talleres sobre el manejo responsable de redes sociales y prevención del ciberacoso. En cuanto a sostenibilidad económica, el proyecto contempla diversas vías de monetización incluyendo patrocinios con marcas juveniles orientadas al público objetivo, la comercialización del videojuego a un precio accesible y las regalías generadas por la venta del e-book a través de Amazon KDP, que ofrece un 70% de retorno por cada unidad vendida.

2.4 Marco Referencial

1. Antecedentes de la Innovación

A. Experiencias Internacionales:

"Control Z" (Netflix, México): Serie que explora cómo un hacker expone secretos escolares, generando caos social. Inspiración clave para el uso de redes sociales como motor narrativo.

"Skins" (Reino Unido): Drama crudo sobre adolescentes, con estructura episódica centrada en personajes. Referente para el desarrollo de arcos emocionales complejos.

"I Am Not Okay With This" (Netflix, EE.UU.): Combina drama adolescente con elementos sobrenaturales. Ejemplo de tono visual y narrativa introspectiva.

B. Casos Nacionales:

"Promoción" (2014): Serie peruana sobre conflictos en el último año escolar. Demostró el interés local por historias educativas realistas.

"Esta Sociedad" (2006): Abordó diferencias de clase en colegios de élite. Precedente para explorar desigualdades en entornos escolares limeños.

2. Consideraciones Teóricas

El proyecto se sustenta teóricamente en tres pilares fundamentales:

1. El Transmedia Storytelling (Henry Jenkins), que fundamenta la expansión narrativa a través de múltiples plataformas, creando una experiencia inmersiva donde el público no solo consume sino que investiga activamente los secretos del colegio Santa Ana

2. La Psicología Adolescente (Erik Erikson), que explica cómo los personajes (como Luana y Daniel) encarnan crisis típicas de esta etapa búsqueda de identidad, presión grupal y miedo al rechazo, dando profundidad psicológica a la trama.

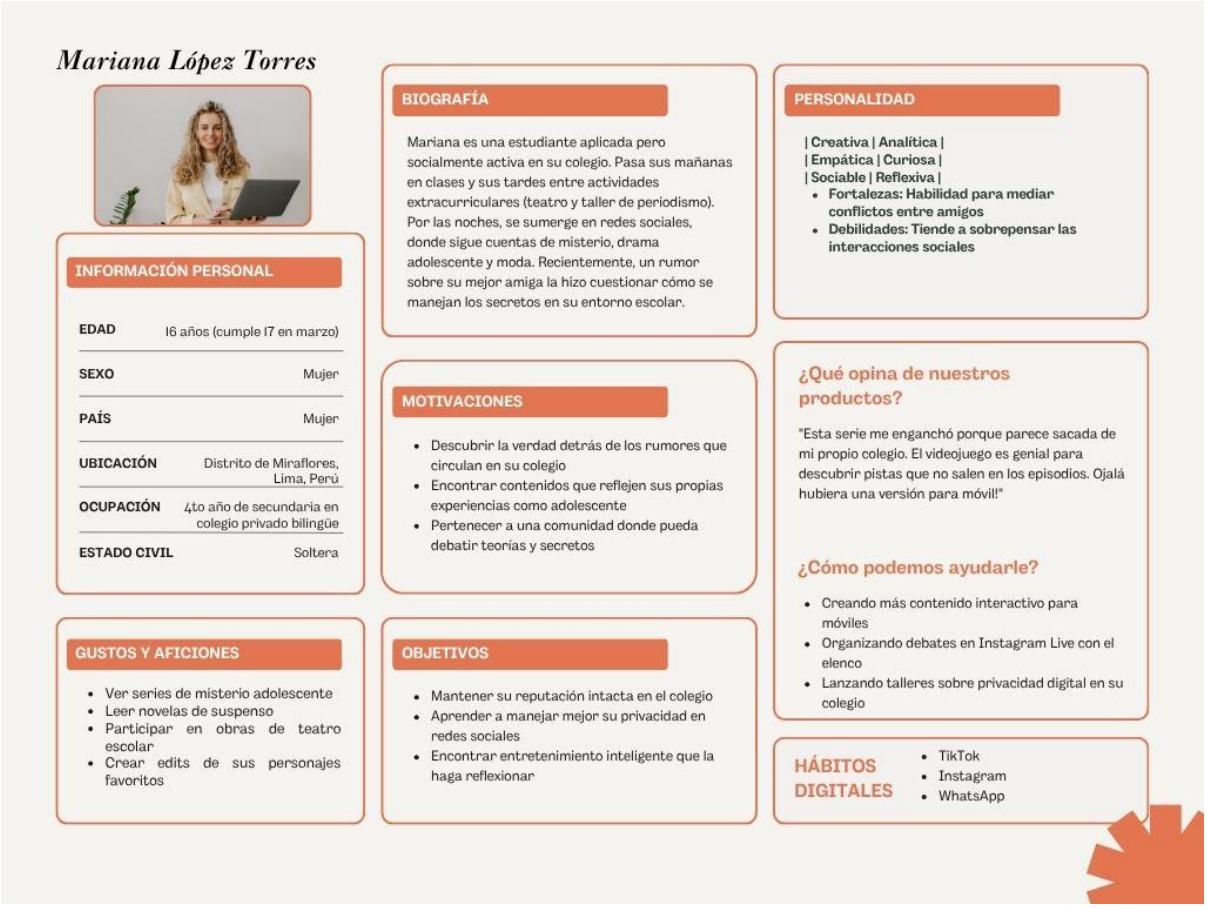
3. Los estudios sobre Comunicación Digital (Sherry Turkle), que revelan cómo las redes sociales distorsionan las relaciones interpersonales, tema central de la serie al mostrar cómo un simple rumor digital puede destruir reputaciones y amistades. Esta combinación teórica no solo enriquece la narrativa, sino que también garantiza que el proyecto sea relevante, pedagógico y conectado con las realidades digitales de los jóvenes peruanos.

2.5 Proceso Creativo y Experimentos

2.5.1 Información del Usuario

Arquetipo de usuario

Figura 4
arquetipo de usuario



Perfil de Usuario: Mariana López Torres

Edad: 16 años

Género: Femenino

Ubicación: Lima, Perú

Escuela: Colegio privado de estrato medio-alto

Redes sociales más utilizadas: Instagram, TikTok, Snapchat

Plataformas de entretenimiento preferidas: YouTube, Netflix, Spotify

Situación social:

- Mariana es una estudiante de secundaria en un colegio privado de Lima, en el que el ambiente académico y social está marcado por jerarquías sociales bien definidas, donde los grupos populares tienen una gran influencia.
- Aunque tiene un círculo de amigas cercanas, a menudo se siente presionada por las expectativas sociales, especialmente en lo relacionado con su imagen en redes sociales. Mariana es muy consciente de la importancia de tener una "buena presencia" en línea, ya que el estatus social en la escuela a menudo se determina por la cantidad de "me gusta" y seguidores que se tienen.

Comportamiento Digital:

- Mariana pasa en promedio 4-5 horas al día en redes sociales, principalmente en Instagram y TikTok. Utiliza estas plataformas para compartir momentos de su vida diaria, pero también se siente presionada por las apariencias, ya que constantemente ve publicaciones de sus compañeros que muestran vidas aparentemente perfectas.
- Aunque disfruta de compartir contenido, también se siente vulnerable cuando un rumor sobre ella o sus amigos comienza a circular en las redes, especialmente si es divulgado de forma anónima en cuentas como **@ConfesionesSantaAna**, lo que afecta su autoestima.

Problema principal:

- Mariana está viviendo una experiencia de **bullying digital**, donde un rumor falso sobre ella se ha viralizado en Instagram, exponiendo detalles íntimos que no son ciertos. Este rumor está siendo compartido por una cuenta anónima, y ha comenzado a afectar su reputación tanto en la escuela como en sus redes sociales. Siente que está siendo observada constantemente y que sus amigos están tomando distancia, lo que genera un profundo malestar emocional.

Impacto psicológico:

- Los rumores han comenzado a afectar su salud mental. Mariana experimenta ansiedad y estrés debido a la presión social por mantener una "buena imagen". Siente que no tiene el control sobre su propia historia y que su vida está siendo definida por los secretos de los demás que se divulgan de forma anónima.
- Se siente sola y no sabe cómo manejar la situación, ya que no recibe apoyo de su familia ni de sus profesores, quienes no están capacitados para tratar el bullying digital de manera efectiva.

Objetivos del Proyecto para Mariana:

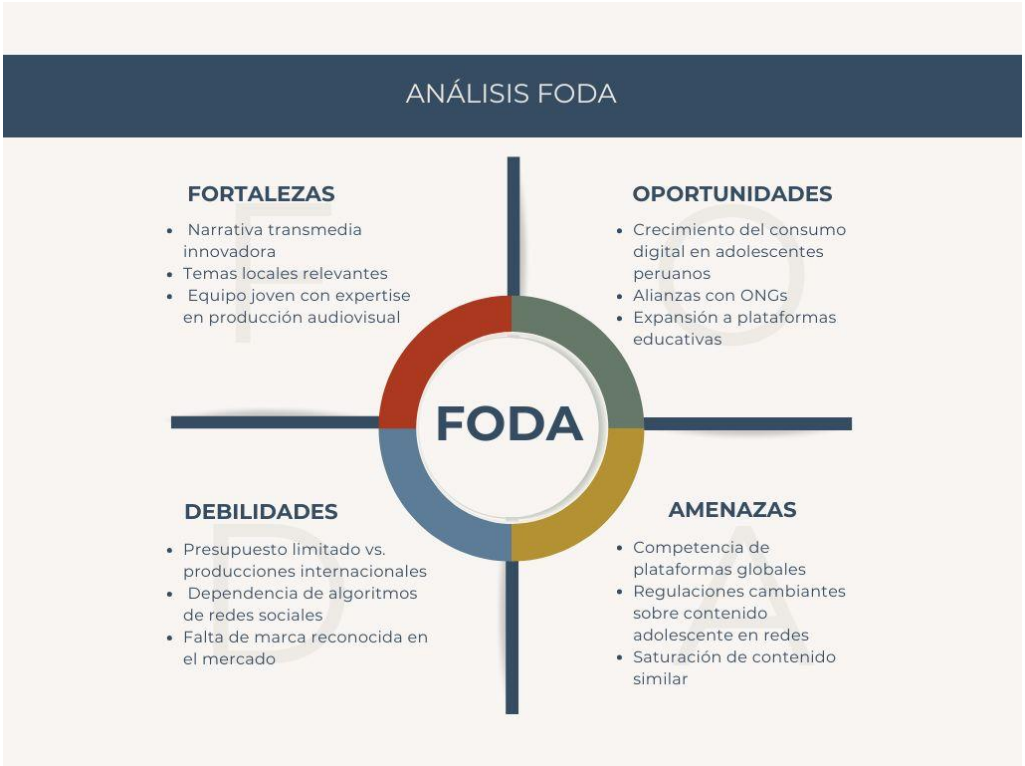
- **Conciencia:** Mariana necesita ser consciente de los peligros de la viralización de rumores en redes sociales y cómo estos pueden afectar la vida de los adolescentes.
- **Empoderamiento:** El proyecto le ofrece herramientas para que pueda tomar el control de su narrativa digital, utilizando la serie y los elementos transmedia para mostrarle cómo los personajes como **Luana** enfrentan situaciones similares y cómo logran encontrar fuerza y apoyo en su entorno.
- **Educación emocional:** Mariana necesita aprender a manejar la presión de las redes sociales, comprender la importancia de la privacidad digital y cómo establecer límites saludables en su vida virtual.
- **Conexión:** A través de la narrativa transmedia, Mariana puede encontrar un lugar para conectarse con otros adolescentes que están pasando por experiencias similares, creando un sentido de comunidad y apoyo mutuo.

Cómo Mariana interactúa con el proyecto:

- **Serie web:** Mariana podría verse reflejada en los personajes de la serie, como **Luana**, quien enfrenta la difusión de rumores similares. La serie puede ayudarla a visualizar cómo manejar la presión social y las consecuencias del ciberacoso.
- **Videojuego:** Mariana puede interactuar con el videojuego, donde ella puede tomar decisiones sobre cómo manejar los secretos y los rumores, lo que le permitirá experimentar de forma inmersiva las consecuencias de las acciones en un entorno controlado.
- **Redes sociales simuladas:** A través de la cuenta ficticia **@ConfesionesSantaAna**, Mariana puede explorar cómo los secretos se difunden en las redes sociales y cómo la identidad digital afecta las relaciones en la vida real.

2.5.2 Mercado

Tabla 5ANALISIS FODA falta demanda potencial (la cantidad de personas ifeales que vana ver o tilizar el servico)



Fortalezas (F)

1. **Innovación en la narrativa transmedia**:
    - **"Los Secretos del Santa Ana"** ofrece una experiencia única e inmersiva a través de múltiples plataformas (serie web, videojuego, redes sociales ficticias y e-book). La integración de estas plataformas con una narrativa central fortalece la interacción continua con los usuarios, lo que potencia la fidelización y el engagement.
    - La propuesta transmedia permite que los jóvenes no solo consuman contenido pasivamente, sino que también participen activamente en la historia, creando una conexión emocional más fuerte.
2. **Contenido dirigido a una audiencia relevante**:
    - El proyecto está diseñado específicamente para adolescentes de 13 a 18 años, un público altamente activo en redes sociales. Este grupo tiene un gran consumo de contenido digital, especialmente en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, que se utilizan dentro de la estrategia de marketing del proyecto.
    - El tratamiento de temas de **bullying digital, presión social, identidad y privacidad en redes** es un enfoque muy pertinente para la audiencia joven actual, lo que puede generar un alto impacto.
3. **Modelo de negocio diversificado**:
    - El proyecto combina varios flujos de ingresos: publicidad, patrocinios, ventas de productos (merchandising), el videojuego freemium y la venta del e-book.

Esta diversificación ayuda a mitigar los riesgos financieros y garantiza la sostenibilidad económica.

- La combinación de monetización directa (ventas) y estrategias indirectas (patrocinios y alianzas estratégicas) permite crear un modelo financiero robusto.

Oportunidades (O)

1. **Crecimiento del mercado de contenido digital en LATAM**:
    - En los últimos años, ha habido un crecimiento significativo en el consumo de contenido digital en Latinoamérica, especialmente en el sector de **web series, videojuegos y plataformas de streaming**. La región ha visto un incremento en la producción de contenido original, lo que representa una oportunidad para que proyectos como el de **"Los Secretos del Santa Ana"** capten la atención de una audiencia cada vez más exigente.
    - El mercado juvenil está en constante expansión, con un público altamente interactivo y comprometido con las redes sociales.
2. **Expansión internacional**:
    - Aunque el proyecto está centrado en un contexto limeño, su contenido sobre temas universales como el bullying digital, la presión social y los secretos adolescentes tiene una **gran potencial para ser adaptado a otros países** de habla hispana como Colombia, México o Argentina.
    - La posibilidad de adaptar la narrativa y los elementos de la historia a otras culturas proporciona una oportunidad de expansión y una mayor visibilidad en el mercado internacional, con especial foco en mercados de LATAM.

3. **Alianzas estratégicas con instituciones educativas y ONGs**:
    - Las alianzas con **ONGs contra el bullying** y **ministerios de educación** pueden proporcionar una **credibilidad institucional** al proyecto, ampliando su alcance y legitimidad. La colaboración con instituciones educativas puede permitir la creación de **talleres educativos** basados en la serie, lo que fortalece la dimensión pedagógica y social del proyecto.
4. **Auge de la interacción en redes sociales y gamificación**:
    - El uso de las redes sociales como herramienta narrativa (como las cuentas ficticias en Instagram y TikTok) es una **oportunidad significativa** para captar la atención de los adolescentes. Estos formatos han demostrado ser efectivos para generar **interacción y viralización**.
    - Además, el componente de **gamificación** en el videojuego añade un atractivo interactivo para la audiencia joven, especialmente al vincular las decisiones del jugador con la narrativa de la serie, lo que favorece la **experiencia inmersiva**.

Debilidades (D)

1. **Dependencia de la financiación inicial**:
    - El proyecto presenta una **alta inversión inicial**, especialmente en la producción de la serie web y el desarrollo del videojuego. Aunque la monetización está diversificada, **la dependencia de la financiación externa o la inversión inicial** puede suponer un desafío si no se alcanzan los objetivos de ingresos esperados en las primeras etapas.

- Las **altas inversiones tecnológicas** (como el desarrollo del videojuego en plataformas como Steam y Epic Games) pueden generar **presiones financieras** si los ingresos no se materializan rápidamente.

2. **Riesgo de saturación del mercado**:
   - A pesar de la **innovación transmedia**, el mercado de contenido dirigido a adolescentes es altamente competitivo. La **saturación de contenido digital** en plataformas como YouTube, Instagram y TikTok podría hacer que sea más difícil destacar y atraer la atención del público objetivo sin una estrategia de marketing extremadamente sólida.
   - La **fatiga de audiencia** es otro riesgo asociado con la constante generación de contenido y la innovación en múltiples plataformas.
3. **Desafíos tecnológicos y de mantenimiento**:
   - El proyecto depende de una infraestructura tecnológica robusta para ofrecer una experiencia transmedia fluida, desde la serie web hasta el videojuego. **El mantenimiento y la actualización de estos sistemas** pueden requerir recursos continuos y generar costes adicionales a largo plazo.
   - **Problemas técnicos** en las plataformas o dificultades para integrar las diferentes plataformas de forma coherente podrían disminuir la calidad de la experiencia del usuario.

Amenazas (A)

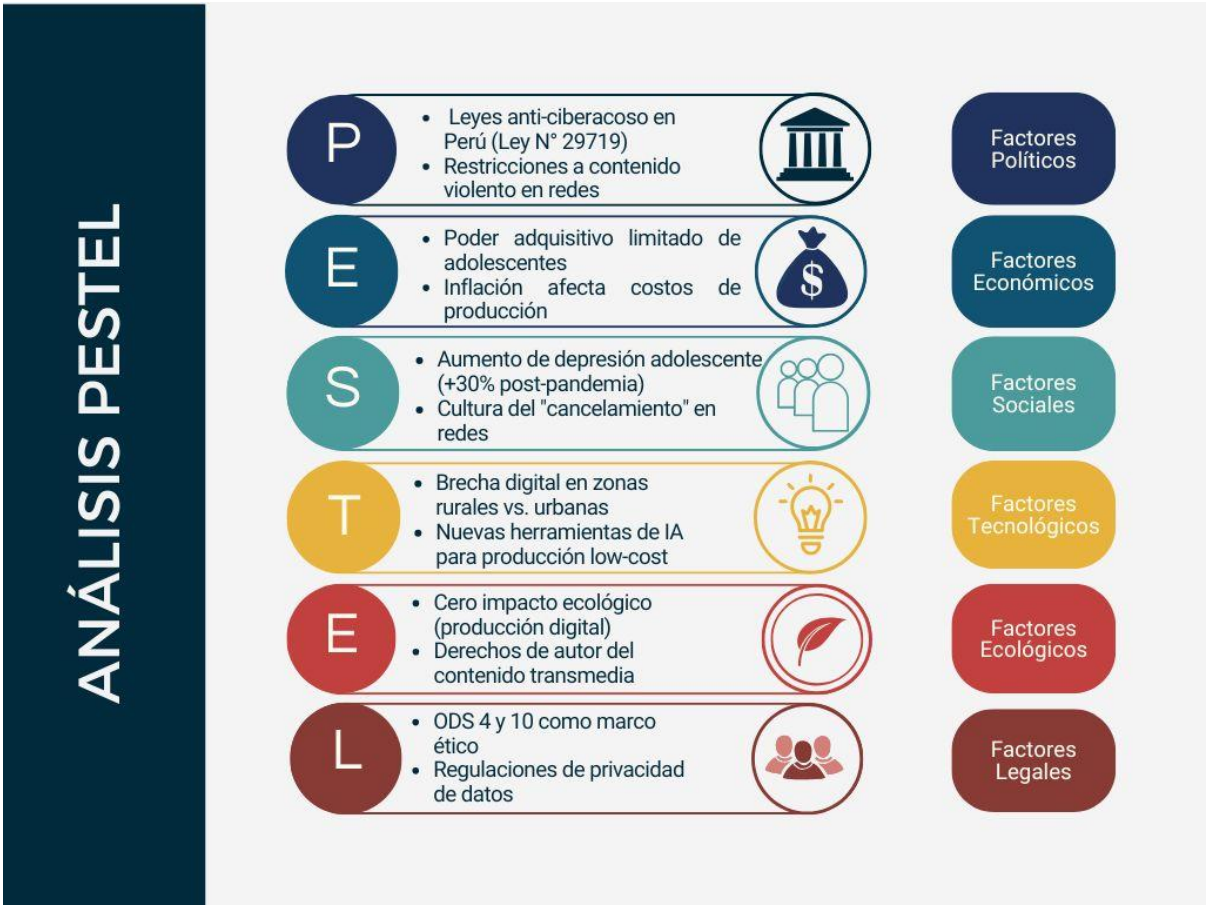
1. **Cambios en las políticas de redes sociales**:
   - Las **políticas de privacidad y algoritmos de plataformas como Instagram, TikTok y YouTube** están en constante cambio, lo que podría afectar la

visibilidad del contenido o incluso la viabilidad de las estrategias de marketing. Por ejemplo, cambios en el algoritmo de Instagram o TikTok podrían **disminuir el alcance orgánico** del proyecto.

- La **regulación de contenidos en redes sociales** también podría imponer restricciones en la forma en que se distribuye o promueve contenido, especialmente en relación con temas sensibles como el bullying o la privacidad digital.

2. **Rechazo o falta de adaptación del mercado educativo**:
   - El enfoque educativo del proyecto, aunque tiene un gran potencial para generar **impacto social**, podría enfrentar **resistencia por parte de algunas instituciones educativas** que no están dispuestas a incorporar contenido transmedia o temas tan sensibles como el bullying digital en sus programas.
   - La falta de **protocolos educativos adecuados** sobre el ciberacoso en muchas escuelas podría dificultar la implementación efectiva de talleres y actividades relacionadas con el proyecto.
3. **Competencia internacional**:
   - La competencia de **proyectos similares internacionales** como **Control Z** o **Skins** podría ser una amenaza. A pesar de que el proyecto tiene un enfoque local, las producciones extranjeras pueden tener un mayor presupuesto, alcance y visibilidad en plataformas globales, lo que podría restar atención al proyecto.

Tabla 6ANALISIS PESTEL



Político (P)

1. **Regulación sobre contenido digital**:

   - Las políticas gubernamentales sobre la regulación del **contenido digital** pueden influir en la forma en que se distribuye el proyecto, especialmente si aborda temas sensibles como el bullying digital, la privacidad de los adolescentes y el uso de redes sociales. Los gobiernos de algunos países, incluida **Perú**, están trabajando para mejorar las leyes sobre la **protección de menores** en internet, lo que puede generar un entorno favorable para proyectos que aborden estos temas.

   - Sin embargo, también podría haber restricciones sobre el contenido de **ciertos medios digitales** que promuevan conductas nocivas o inseguras para los

jóvenes, lo que podría afectar la narrativa de la serie y otros elementos del proyecto.

2. **Políticas educativas**:
    - La disposición de las instituciones educativas a incorporar programas sobre **salud mental** y **prevención del bullying digital** es clave. Si el **Ministerio de Educación** en Perú (y potencialmente otros países de LATAM) apoya proyectos educativos que promuevan el bienestar de los estudiantes, esto puede ser una **gran oportunidad** para alianzas estratégicas y talleres en colegios. No obstante, la **falta de políticas claras** sobre el uso de contenidos digitales en la educación podría ser un obstáculo.

Económico (E)

1. **Crecimiento del mercado de contenido digital**:
    - El **mercado de entretenimiento digital** en América Latina está experimentando un crecimiento acelerado, especialmente en plataformas como **YouTube**, **Netflix** y **TikTok**. Esto representa una gran oportunidad para **"Los Secretos del Santa Ana"**, ya que hay una creciente demanda de contenido dirigido a **jóvenes adultos y adolescentes**.
    - Sin embargo, **la competencia** de otras producciones de alto presupuesto podría afectar las oportunidades de monetización directa, especialmente en términos de licencias para plataformas de streaming.
2. **Modelo de negocio sostenible**:
    - El proyecto diversifica sus fuentes de ingresos a través de **patrocinios**, **ventas de merchandising**, **videojuegos** y **e-books**. Este modelo es favorable ya que

distribuye el riesgo entre diferentes formas de monetización. No obstante, los costos iniciales de producción (serie web, videojuego, etc.) son **altos**, y si los ingresos no se generan de manera rápida, esto podría afectar la viabilidad financiera.

- **Inversiones externas** y **financiamiento inicial** son cruciales, especialmente en el contexto de un **mercado competitivo** en el que se buscan cada vez más **inversiones en proyectos de contenido transmedia**.

Social (S)

1. **Preocupación social por el bullying digital**:
   - El **bullying digital** es una de las problemáticas más relevantes entre los adolescentes, y su impacto en la salud mental está siendo cada vez más reconocido a nivel social. Esto hace que un proyecto como **"Los Secretos del Santa Ana"**, que aborda de manera directa los efectos del bullying y la presión social en adolescentes, tenga un alto grado de **relevancia social**.
   - Los jóvenes, especialmente los que viven en entornos escolares con un uso intensivo de las redes sociales, son muy conscientes de las **consecuencias emocionales** de los rumores y la exposición en línea, lo que puede hacer que se identifiquen rápidamente con los personajes y la narrativa del proyecto.
2. **Adopción de nuevas formas de contenido**:
   - La juventud actual está **altamente conectada** y prefiere contenidos que puedan consumir en múltiples plataformas. El proyecto, al ser transmedia, se adapta perfectamente a este comportamiento social, ya que ofrece una

experiencia interactiva a través de diferentes formatos como **videojuegos, redes sociales y series web**.

- El hecho de que el proyecto aborde temas relevantes como la **privacidad digital**, la **identidad adolescente** y la **ansiedad social** contribuirá a que se perciba como una **propuesta fresca y auténtica**, alineada con las preocupaciones de los jóvenes.

Tecnológico (T)

1. **Avances en plataformas digitales**:
   - El **desarrollo tecnológico** en plataformas de streaming y redes sociales como **TikTok**, **Instagram**, **Steam** y **Epic Games** ofrece oportunidades para la distribución y monetización del contenido transmedia. La facilidad para integrar diferentes medios (serie, videojuego, e-book) dentro de un **ecosistema digital cohesivo** es una ventaja para este tipo de proyectos.
   - La **gamificación** y la interacción a través de **realidad aumentada** en el videojuego también representan un valor añadido, alineándose con las tendencias actuales en el desarrollo de **experiencias inmersivas**.
2. **Desarrollo de tecnologías educativas**:
   - Los avances en **tecnología educativa** y plataformas de **aprendizaje online** permiten la integración de contenido multimedia y herramientas interactivas dentro de entornos educativos, lo que abre nuevas oportunidades para proyectos como el de **"Los Secretos del Santa Ana"**. La integración de **redes sociales y juegos interactivos** puede ayudar a fomentar la participación activa en programas educativos sobre **salud mental** y **uso responsable de las redes**.

Ecológico (E)

1. **Producción responsable y sostenible**:
    - La **producción carbono-neutral** de la serie y el uso de **energía solar** para filmaciones son aspectos que contribuyen a un impacto positivo en el medio ambiente. A medida que los consumidores y empresas se vuelven más conscientes de los **impactos ecológicos**, los proyectos que promuevan **prácticas sostenibles** pueden ganar **aceptación social** y atraer a un público más consciente del medio ambiente.
2. **Uso exclusivo de plataformas digitales**:
    - El **formato digital exclusivo** (sin distribución física) reduce significativamente el impacto ambiental de la producción, lo que se alinea con las tendencias de consumo **eco-friendly**. Este enfoque puede ser percibido positivamente por un público joven que valora la **sostenibilidad** en sus decisiones de consumo.

Legal (L)

1. **Regulación sobre privacidad digital**:
    - En muchos países de América Latina, las leyes sobre **protección de datos personales** y **privacidad en línea** están evolucionando. **"Los Secretos del Santa Ana"** debe garantizar el cumplimiento de estas leyes, especialmente al tratar con una audiencia joven y al integrar redes sociales ficticias en su narrativa.
    - Las leyes sobre **contenido adecuado para menores de edad** también pueden influir en la forma en que el contenido del proyecto se distribuye y

comercializa, especialmente en plataformas de streaming o videojuegos. El proyecto debe asegurarse de que cumple con **las regulaciones locales** sobre contenido accesible a menores.

2. **Derechos de autor y propiedad intelectual**:
    - El proyecto debe asegurar la protección de **derechos de autor** relacionados con los guiones, personajes, música, y demás elementos creados específicamente para la serie y el videojuego. El registro de las propiedades intelectuales es crucial para evitar problemas legales y garantizar la **exclusividad** de los productos.

porcentaje de adopcion marketing un 8 porciento

2.5.3 Propuesta de Valor

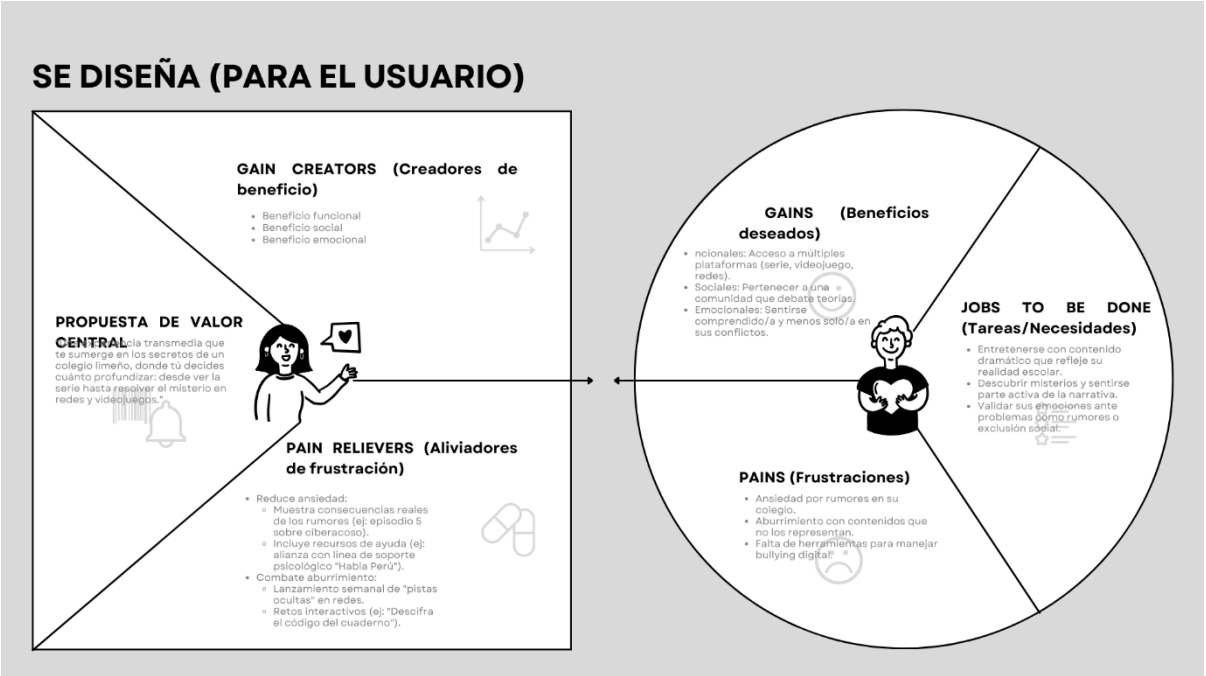
Propuesta de Valor aplicada con Toulouse Thinking:

- **"Los Secretos del Santa Ana"** aborda un **problema social crítico**: el bullying digital y la presión social en adolescentes. A través de una **experiencia transmedia**, los jóvenes tienen la oportunidad de **explorar, interactuar y resolver** los conflictos dentro de un entorno narrativo que se adapta a sus emociones y vivencias cotidianas.
- **Deseabilidad**: La solución responde a las preocupaciones reales de los adolescentes, utilizando una **narrativa envolvente** y plataformas de consumo preferidas por ellos (redes sociales, videojuegos, series web), lo cual asegura que el proyecto tenga un **impacto emocional** profundo y relevante.
- **Factibilidad**: La integración de plataformas digitales ya populares y el uso de tecnologías accesibles hace que la propuesta sea **técnicamente viable**. Además, la

implementación de **métodos ágiles** permite iterar y ajustar el proyecto según las necesidades del usuario final.

- **Viabilidad financiera**: Al diversificar las fuentes de ingresos y crear un **modelo de negocio transmedia**, el proyecto tiene el potencial de **ser autosostenible**, lo cual es clave para garantizar su largo plazo y expansión.

Tabla 7PROPUESTA DE VALOR
mejorar



GAIN CREATORS (Creador de Beneficio):

1. **Beneficio funcional**:
    - **Entretenimiento dinámico e interactivo**: La serie y el videojuego ofrecen una experiencia interactiva en la que los usuarios no solo consumen, sino que participan activamente en la historia. Esto fomenta un nivel de inmersión que va más allá de los formatos tradicionales de serie.

2. **Beneficio social**:

    - **Acceso a múltiples plataformas**: Los usuarios tienen acceso a una experiencia transmedia a través de **la serie web**, **el videojuego**, **las redes sociales ficticias**, y **el e-book**, lo que les permite interactuar con diferentes elementos de la narrativa a su propio ritmo y preferencia. Además, pueden compartir teorías o resolver enigmas junto a otros fans en **comunidades en línea**.

    - **Sentir pertenencia a una comunidad**: Participar en debates, teorías y **conversaciones en redes sociales** (Instagram y TikTok) relacionadas con la serie les permite formar parte activa de un **grupo social** que discute temas relevantes, especialmente sobre los problemas que los personajes enfrentan en la historia.

3. **Beneficio emocional**:

    - **Conexión emocional con los personajes**: Los personajes, como **Luana**, representan emociones y conflictos reales que los adolescentes enfrentan, como la **presión social**, el **bullying digital** y la **ansiedad por los rumores**. Esto permite que los usuarios se identifiquen con los personajes y, a través de ellos, gestionen sus propias emociones.

    - **Empoderamiento**: El usuario siente que tiene **control sobre la narrativa** y puede influir en el desarrollo de la historia, lo que genera una **sensación de poder** y control sobre situaciones conflictivas en su vida, como la difusión de rumores.

GAINS (Beneficios deseados):

1. **Nacionales**:
    - **Acceso a múltiples plataformas**: La propuesta ofrece la oportunidad de disfrutar del contenido en **varios formatos** (videojuego, serie web, e-book, redes sociales), lo cual es atractivo para los jóvenes acostumbrados a consumir contenido en diversas plataformas.
2. **Sociales**:
    - **Pertenecer a una comunidad**: Los usuarios sienten que forman parte de una **comunidad activa** que discute teorías, resuelve enigmas y comparte su experiencia con otros fans de la serie. Esto genera un **sentimiento de pertenencia** y reduce la sensación de aislamiento social.
3. **Emocionales**:
    - **Sentirse comprendido/a**: La narrativa del proyecto permite que los jóvenes validen sus emociones al enfrentarse a **problemas sociales reales**, como los rumores, la presión de grupo y la exclusión. Los personajes reflejan sus **inseguridades** y **conflictos emocionales**, lo que los hace sentir **menos solos** en sus experiencias.

JOBS TO BE DONE (Tareas/ Necesidades):

1. **Entretenimiento con contenido dramático**:
    - Los usuarios buscan entretenimiento que los enganche emocionalmente y que refleje sus propias experiencias y problemas sociales. Necesitan un **contenido auténtico** y relevante para su vida diaria.
2. **Descubrir misterios y sentirse parte activa de la narrativa**:

- Los usuarios desean **explorar secretos** y participar activamente en la resolución de enigmas dentro del universo transmedia del proyecto. Quieren **sentirse involucrados** en la historia y tener control sobre el desarrollo de los eventos.

3. **Validar sus emociones ante problemas como rumores o exclusión social**:
    - El proyecto aborda temas de **salud mental**, **bullying digital** y **exclusión social**, brindando a los adolescentes una forma de **validar sus propias experiencias emocionales** a través de los personajes de la serie.

PAINS (Frustraciones):

1. **Ansiedad por rumores en su colegio**:
    - Los adolescentes experimentan un nivel alto de **ansiedad y estrés** debido a los rumores, especialmente cuando estos se viralizan a través de las redes sociales. La sensación de **perder el control** sobre su propia imagen digital genera inseguridades.
2. **Aburrimiento con contenidos que no los representan**:
    - Los jóvenes buscan contenido **relevante** que les hable de **temas reales**, como la presión social, la privacidad en redes sociales y la identidad digital. Muchas veces, los contenidos tradicionales no reflejan sus vivencias de forma auténtica.
3. **Falta de herramientas para manejar el bullying digital**:
    - Los adolescentes muchas veces no cuentan con las herramientas adecuadas para lidiar con el **bullying digital** ni para proteger su **privacidad en redes sociales**, lo que contribuye a un sentimiento de vulnerabilidad y desconcierto.

PAIN RELIEVERS (Aliviadores de frustración):

1. **Reduce ansiedad**:
    - La serie **muestra las consecuencias reales de los rumores** y cómo los personajes enfrentan y resuelven situaciones similares, lo que ofrece una forma de **validación emocional** para los espectadores. Ejemplo: el episodio 5 de la serie, que aborda directamente el tema del **ciberacoso**.
    - **Recursos de ayuda** como **líneas de soporte psicológico** (ej: "Habla Perú") ofrecen a los adolescentes una salida para recibir apoyo emocional.
2. **Combate aburrimiento**:
    - A través de **contenidos interactivos**, como las **"pistas ocultas"** en redes sociales y los **retos interactivos** (por ejemplo, "Descifra el código del cuaderno"), se mantiene la **atención** del usuario de manera constante, generando expectativas y engagement.
3. **Proveer herramientas de intervención**:
    - El **videojuego** permite a los jugadores tomar decisiones sobre cómo manejar los secretos y los rumores, proporcionando una **herramienta** para que los adolescentes exploren soluciones a sus problemas emocionales de forma segura y virtual.

2.5.4 Diseño del Producto/Servicio

Componentes del Diseño del Producto/Servicio

1. Serie Web

La serie web es el **núcleo narrativo** del proyecto. Esta es la principal plataforma donde los usuarios consumirán la historia. La **estructura de la serie web** es fundamental, ya

que no solo presenta los eventos principales de la trama, sino que también establece el tono emocional y temático del proyecto.

Características:

- **Formato**: 8 episodios de **10-15 minutos** cada uno.
- **Plataformas**: **YouTube** (gratis) y **Prime Video** (versión premium sin anuncios).
- **Estética**: Inspirada en **Control Z** y **Skins**, con tonos fríos para las escenas de misterio y tonos cálidos para los momentos emocionales.
- **Lenguaje audiovisual**: Se utilizarán **leitmotivs** musicales para representar a los personajes (por ejemplo, un piano para **Luana** y sintetizadores para **Daniel**).
- **Mecánica de servicio**: Los episodios serán **lanzados semanalmente** para mantener el **engagement**. Además, se incluirán **easter eggs** en los créditos de la serie (como códigos QR) que redirigirán a los usuarios a contenido complementario en otras plataformas (videojuego o redes sociales).

Gráfico 1: Estructura de la serie web

Tabla 8grafico estructura de la serie web

Episodio	**Duración (minutos)**	**Plataforma**	**Contenido Principal**	**Elemento Transmedia**
Episodio 1	10-15	YouTube/Prime Video	Introducción a los personajes y el primer misterio del cuaderno	QR para desbloquear una pista en el videojuego

Episodio 2	10-15	YouTube/Prime Video	Los rumores empiezan a correr por el colegio	Redes sociales de personajes ficticios (Instagram)
Episodio 3	10-15	YouTube/Prime Video	El misterio se profundiza, los personajes se enfrentan a conflictos	Enlace a e-book con backstory de personajes
...	...	...	...	...
Episodio 8	10-15	YouTube/Prime Video	Resolución de los conflictos, revelación final del misterio	Feedback en redes sociales, encuesta de interacción

---

2. Videojuego Interactivo

El videojuego es un componente clave que permite a los usuarios **interactuar** con el universo de la serie de una manera inmersiva. A través de este, los jugadores pueden explorar el colegio de **Santa Ana**, resolver acertijos relacionados con el cuaderno de secretos y tomar decisiones que afecten el desarrollo de la historia.

Características:

- **Género**: **Aventura gráfica en 3D** con mecánicas de **puzzle y misterio**.
- **Plataformas**: **Steam** (PC), **Epic Games** (consolas), y **APK móvil** (versión simplificada para smartphones).

- **Gameplay**: El jugador explora el **colegio Santa Ana** en **primera persona**, resolviendo acertijos y recolectando pistas sobre los secretos de los personajes.
- **Decisiones interactivas**: Las decisiones tomadas por el jugador afectan el **desarrollo de la historia** y el **final del juego**.
- **Mecánica de servicio**: El videojuego se actualizará mensualmente con **nuevos casos** para investigar, lo que mantiene el interés y la interacción constante de los usuarios.

Gráfico 2: Diseño del videojuego y estructura de niveles

Tabla 9DISELO DEL VIDEOJUEGO Y ESTRUCTURA DE NIEVELES

Nivel	**Descripción**	**Objetivos/Acertijos**	**Decisiones/Impacto**
Nivel 1	Exploración del colegio y descubrimiento del cuaderno	Resolver el primer enigma: ¿Quién escribió el primer rumor?	Elegir qué personajes interrogar, lo que afecta la relación con ellos
Nivel 2	Continuación de la investigación sobre los rumores	Desbloquear pistas sobre **Emilio** y su secreto de adopción	Aceptar o rechazar la ayuda de un personaje clave
Nivel 3	El misterio se profundiza	Resolver el misterio detrás del **Año Nuevo** y los secretos del cuaderno	Decidir si confrontar a Daniel o protegerlo
...	...	...	...

Nivel Final	Resolución del misterio	Desbloquear la verdad sobre todos los secretos del cuaderno	Finales alternativos basados en las elecciones

3. Redes Sociales Ficticias

Las **redes sociales ficticias** son una extensión de la narrativa de la serie, y permiten que los usuarios interactúen con los personajes fuera de la serie, participando en **challenges**, encuestas, y teorías sobre el misterio.

Características:

- **Instagram (@ConfesionesSantaAna)**: Una cuenta de **Instagram ficticia** donde se publican **historias anónimas** sobre los secretos de los estudiantes. Los usuarios pueden interactuar con las publicaciones, comentando sus teorías.
- **TikTok (@SantaAnaOficial)**: Desafíos interactivos como el **#RetoSantaAna**, donde los usuarios pueden participar en retos relacionados con la trama y las dinámicas de los personajes.
- **Mecánica de servicio**: Los usuarios pueden obtener **pistas adicionales** al participar activamente en las redes sociales, creando una experiencia más inmersiva y conectada con la historia.

Gráfico 3: Ejemplo de interacción en redes sociales

Tabla 10Ejemplo de interacción en redes sociales

Plataforma	**Contenido**	**Interacción del Usuario**	**Recompensa/Pistas**

Instagram	Publicación de un secreto de Daniel	Comentarios y teorías de los fans	Desbloqueo de una pista sobre un nuevo personaje
TikTok	#RetoSantaAna: ¿Qué harías si fueras Luana?	Participación en el reto y creación de contenido	Pistas para el siguiente nivel del videojuego
Instagram	Encuesta: ¿Confías en Emilio?	Votaciones sobre la confianza en los personajes	Acceso a un episodio exclusivo o contenido del e-book

4. E-book Complementario

El **e-book** ofrece una **profundización en la historia** de los personajes secundarios, proporcionando contenido adicional que ayuda a los usuarios a entender mejor sus motivaciones y secretos.

Características:

- **Formato**: Novela corta (120 páginas) disponible en **Amazon Kindle** y en formato **PDF**.
- **Contenido**: Historia de fondo de los personajes (por ejemplo, el **informe psicológico de Daniel** o los **diarios secretos de Luana**).
- **Mecánica de servicio**: Al leer el e-book, los usuarios pueden desbloquear **escenas exclusivas** que se vinculan con el videojuego o la serie web, creando una **experiencia interconectada**.

Gráfico 4: Relación entre el e-book y otros componentes

Tabla 11Relación ente el e-book y otros componentes

Elemento	**Descripción**	**Interacción/Acción**
E-book (Amazon Kindle)	Profundización en la historia de Daniel	Los lectores desbloquean un código QR que redirige a una escena extra en el videojuego
Videojuego	Pistas que se desbloquean a través del e-book	Los jugadores acceden a contenido adicional dentro del juego según lo leído en el e-book
Serie Web	Referencias a eventos o secretos del e-book	Las decisiones de los personajes en el e-book afectan la trama de los próximos episodios

2.5.5 Modelo de Negocio

Tabla 12Modelo de negocios canva



1. Socios Clave

Los socios clave son aquellos actores esenciales para la operación y éxito del proyecto. Estos socios ayudan a **completar el servicio** y **expandir el alcance** del producto.

Socios Clave:

- **Plataformas de distribución**: Como **Prime Video**, **Steam**, y **Amazon KDP** para la distribución de la serie, el videojuego y el e-book. Estas plataformas permiten alcanzar una amplia audiencia global.
- **Patrocinadores**: Marcas de **moda juvenil** y **empresas tecnológicas** que aportan financiación y visibilidad al proyecto. Ejemplos de marcas que podrían colaborar

incluyen **Adidas**, **Nike**, y **Samsung**, que tienen una fuerte presencia en el mercado juvenil.

- **Influencers/TikTokers/YouTubers**: Utilizar a **influencers** que ya tienen un público objetivo similar (adolescentes) será clave para generar **engagement** y visibilidad a través de campañas de marketing y **redes sociales**.
- **Instituciones educativas**: Alianzas con colegios para promover el proyecto a través de eventos de **lanzamiento**, campañas educativas sobre **bullying digital** y **privacidad en redes sociales**.

2. Actividades Clave

Las actividades clave son las principales tareas que la empresa debe realizar para **crear** y **ofrecer** su propuesta de valor.

Actividades Clave:

- **Producción de la serie web**: Con la creación de 8 episodios que serán el contenido central del proyecto.
- **Desarrollo del videojuego**: Crear un **videojuego interactivo** basado en la serie, donde los usuarios resuelven misterios.
- **Creación de contenido transmedia**: Incluir **e-book**, **redes sociales simuladas**, y **pistas en Instagram/TikTok** para fortalecer la conexión con los jóvenes y hacer la experiencia más inmersiva.
- **Marketing digital y offline**: Las **campañas en TikTok**, **flyers** en colegios, eventos, y la promoción de contenido exclusivo para involucrar a la comunidad.

3. Propuesta de Valor

La **propuesta de valor** es lo que hace único al producto o servicio, lo que resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.

Propuesta de Valor:

- **Innovadora**: Una serie transmedia que conecta diversas plataformas (videojuego, redes sociales, e-book) en torno a un tema relevante como el **bullying digital** y la **privacidad en redes sociales**.
- **Educacional y emocional**: A través de la serie, los videojuegos y los retos, los usuarios no solo se entretienen, sino que también aprenden sobre temas como la **salud mental** y la **responsabilidad en redes sociales**.
- **Interacción continua**: Permite que el público participe activamente en la resolución de misterios, teorías y pistas en redes sociales, aumentando su **engagement**.

4. Relación con los Clientes

Este componente define cómo la empresa interactúa con los usuarios, manteniendo relaciones que aseguren su fidelización.

Relación con los Clientes:

- **Comunidad activa**: Se fomenta una comunidad a través de **encuestas**, **teorías**, y **debates** en redes sociales sobre el desarrollo de la historia, permitiendo que los usuarios se sientan parte de la narrativa.
- **Gamificación**: La inclusión de **recompensas** por participar en los desafíos del videojuego y en redes sociales mantiene la interacción constante.
- **Feedback continuo**: Realización de encuestas post-capítulo para ajustar la narrativa de la serie y el videojuego según las preferencias y reacciones del público.

5. Canales

Los canales son las formas a través de las cuales la empresa entrega su propuesta de valor a los usuarios.

Canales:

- **Digitales**: Plataformas como **Prime Video**, **YouTube** (serie), **Steam** (videojuego), y **Amazon KDP** (e-book), que permiten acceder al contenido desde cualquier lugar.
- **Redes sociales**: **TikTok**, **Instagram**, y **Facebook**, usadas no solo para **marketing**, sino también para interactuar directamente con los usuarios, generar teorías y promover retos relacionados con la serie y el videojuego.
- **Eventos**: Distribución de **flyers en colegios** y **eventos de lanzamiento** en universidades para atraer a la audiencia local y generar un **feedback directo**.

6. Segmentos de Clientes

Los segmentos de clientes son los diferentes grupos de personas o empresas que se beneficiarán del producto o servicio.

Segmentos de Clientes:

- **Público principal**: Adolescentes de **13 a 18 años** que asisten a **colegios privados** de **nivel socioeconómico medio-alto**, interesados en dramas juveniles que aborden temas como la privacidad en redes sociales y el bullying digital.
- **Secundario**: **Jóvenes adultos (18-25 años)** interesados en dramas adolescentes, que pueden ser fans de las plataformas de **streaming** (Netflix, Prime Video).

- **Inversores y patrocinadores**: Marcas de **moda**, **tecnología**, y **plataformas de streaming** que quieran asociarse con el proyecto para aumentar su presencia en un público juvenil.
- **Educadores/investigadores**: Instituciones educativas que investigan y estudian el **impacto de las redes sociales** en los adolescentes y buscan contenido educativo para promover en escuelas.

7. Estructura de Costos

La estructura de costos detalla los gastos necesarios para operar el negocio.

Estructura de Costos:

- **Costos fijos**:
  - **Salarios del equipo técnico y actores**: $82,000.
  - **Desarrollo del videojuego**: $315,000.
  - **Hosting y mantenimiento web**: $2,200 anuales.
- **Costos variables**:
  - **Marketing**: $26,000.
  - **Producción de merchandising**: $10,000.
  - **Publicidad en redes sociales**: $15,000.

8. Fuentes de Ingresos

Las fuentes de ingresos se refieren a las formas en que el proyecto genera dinero.

Fuentes de Ingresos:

- **Venta directa**:

- **Venta de la serie a plataformas** de streaming (licencias para Prime Video, Netflix, etc.).
- **Monetización del videojuego** en plataformas como **Steam** y **Epic Games Store**.
- **Venta del e-book** en **Amazon**.

- **Indirectas**:
  - **Merchandising**: Venta de productos relacionados con la serie (ej., cuadernos, ropa inspirada en el colegio).
  - **Patrocinios** de marcas juveniles y tecnológicas.
  - **Publicidad** en redes sociales y plataformas de streaming para generar **ingresos adicionales**.

2.5.6 Resultados Esperados

1. Impacto en el Mercado:

El impacto en el mercado se mide por el cambio en la conciencia social, la interacción de la comunidad y la expansión del proyecto a través de diferentes plataformas.

Generación de Conciencia Social:

- Se espera que "Los Secretos del Santa Ana" tenga un gran impacto social al abordar problemas de gran relevancia como el bullying digital y la privacidad en redes sociales. A través de la narrativa transmedia, el proyecto sensibiliza a los adolescentes acerca de los efectos del acoso en línea y enseña cómo gestionar la privacidad en las redes.

Gráfico 1: Impacto Social Esperado

Objetivo: Crear conciencia sobre el bullying digital y la privacidad en redes sociales.

Métricas de éxito:

- **Conciencia sobre bullying digital**: Medido a través de encuestas y comentarios en redes sociales.
- **Participación en retos y eventos educativos**: Aumento de la participación en retos como el **#RetoSantaAna**.

Gráfico 1:

(Ejemplo de gráfico que muestra la evolución de la conciencia sobre el bullying digital a través de la serie y las redes sociales)

Tabla 13gráfico que muestra la evolución de la conciencia sobre el bullying digital a través de la serie y las redes sociales

Métrica	Descripción	Indicador Esperado
Conciencia sobre bullying	Aumento de usuarios que se sienten más informados sobre el bullying digital.	70% aumento en la interacción con contenido educativo.
Participación en actividades	Número de participantes en retos y encuestas en redes sociales.	40% de los usuarios activos participando.
Interacción emocional	Reacción emocional en encuestas post-capítulo.	60% de los usuarios reportan haber sentido empatía o comprensión.

2. Impacto en los Usuarios:

Los resultados ideales a nivel de los usuarios incluyen empoderamiento emocional, engagement y educación. Estos resultados se mediran a través de la participación activa y la satisfacción.

Fidelización de la Audiencia Joven:

- Los usuarios se fidelizan al proyecto cuando sienten que tienen el control sobre la narrativa, a través de la participación activa en plataformas como TikTok y YouTube, así como en el videojuego. La interacción constante genera una comunidad comprometida.

Empoderamiento del Usuario:

- Se espera que los adolescentes se sientan empoderados al ver representados sus propios problemas y emociones en los personajes de la serie. Al poder tomar decisiones dentro del videojuego y al identificarse emocionalmente con los personajes, los usuarios aprenden a manejar situaciones similares a las que enfrentan en la vida real, como el bullying y la presión social.

Gráfico 2: Participación Activa del Usuario

Objetivo: Fomentar la participación y el empoderamiento de los adolescentes.

Métricas de éxito:

- **Número de interacciones**: Medido por comentarios, likes y shares en redes sociales.
- **Decisiones en el videojuego**: Tasa de usuarios que completan el videojuego y toman decisiones significativas en la trama.

Gráfico 2:

(Ejemplo de gráfico que muestra la participación activa de los usuarios a través de decisiones en el videojuego y en las redes sociales)

Tabla 14gráfico que muestra la participación activa de los usuarios a través de decisiones en el videojuego y en las redes sociales

Métrica	**Descripción**	**Indicador Esperado**
Participación en redes sociales	Interacción de los usuarios con los personajes a través de comentarios y teorías.	50% de los usuarios participan en discusiones online.
Empoderamiento emocional	Porcentaje de usuarios que se sienten más seguros al manejar situaciones de bullying o exclusión.	75% reportan sentirse empoderados por la narrativa.
Finalización del videojuego	Número de jugadores que completan el videojuego e interactúan con los diferentes finales.	60% de los jugadores completan el videojuego.

3. Resultados Educativos Esperados:

Un resultado clave es que "Los Secretos del Santa Ana" se convierta en una herramienta educativa utilizada en colegios y universidades para tratar temas de bullying digital, privacidad en redes sociales, y salud mental.

Posicionamiento como Proyecto Educativo:

- El proyecto tiene el potencial de ser adoptado por instituciones educativas como parte de sus programas educativos, especialmente aquellos que buscan abordar el bullying

digital y mejorar el bienestar emocional de los estudiantes. Esto se logrará a través de alianzas estratégicas con colegios y ONGs.

Tabla 1: Estrategia Educativa

Tabla 15Estrategia Educativa

Acción	Objetivo	Indicador Esperado
Alianzas con colegios	Implementar el proyecto como recurso educativo.	Al menos 10 colegios utilizando el proyecto como herramienta pedagógica.
Campañas de concienciación en escuelas	Crear material complementario (videos, folletos, charlas) que educa sobre bullying digital.	5,000 estudiantes alcanzados a través de campañas presenciales.
Evaluación de impacto educativo	Medir la efectividad del proyecto en la comprensión de temas como el bullying digital y la privacidad.	70% de estudiantes reportan un aumento en su comprensión sobre estos temas.

---

4. Impacto Financiero Esperado:

Generación de Ingresos:

- Monetización directa: Se espera que el proyecto genere ingresos sustanciales a través de la venta de la serie a plataformas de streaming, la monetización del videojuego en plataformas como Steam, y la venta del e-book en Amazon.
- **Ingresos por patrocinadores**: El proyecto atraerá patrocinadores clave, especialmente de marcas juveniles (ropa, tecnología), lo que generará ingresos adicionales a través de publicidad en redes sociales y productos promocionales.

Gráfico 3: Proyección de Ingresos

Objetivo: Lograr un flujo constante de ingresos a través de múltiples fuentes.

Métricas de éxito:

- **Ventas de la serie y el videojuego**: Medido por el número de licencias de streaming vendidas y la monetización del videojuego.
- **Patrocinios**: Número de marcas asociadas para patrocinio de contenido.

Gráfico 3:

(Ejemplo de gráfico de ingresos proyectados por venta de contenido y patrocinios)

Tabla 16gráfico de ingresos proyectados por venta de contenido y patrocinios

Fuente de Ingreso	Descripción	Indicador Esperado
Venta de la serie	Ingresos por licencias de streaming a plataformas como Prime Video.	$500,000 en ingresos por licencias.

Venta del videojuego	Ingresos por la venta del videojuego en plataformas como Steam y Epic Games.	$200,000 en ventas anuales.
Ingresos por patrocinadores	Ingresos por acuerdos de patrocinio con marcas juveniles.	$150,000 en ingresos por patrocinadores.
Merchandising	Ingresos por ventas de productos de merchandising.	$50,000 en merchandising.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Tabla de Creación de Prototipo

Tabla 17Tabla de Creación de Prototipo

¿Qué probará el prototipo?	**Objetivos del prototipo**	**Trabajo de taller (elaboración)**
• Probar la **interactividad** en el **videojuego**, la **narrativa** en la **serie web** y la **dinámica de las redes sociales ficticias**. • Validar si la **experiencia transmedia** funciona	• Evaluar si el **usuario se involucra** en la narrativa, si **interactúa** con el videojuego y si **participa** en las redes sociales. • Verificar si los usuarios comprenden la trama, se	• Necesarios: **equipo creativo** (directores, productores, guionistas); **software de diseño** (Unity, Adobe, etc.); **actores**; **presupuesto** para producción inicial.

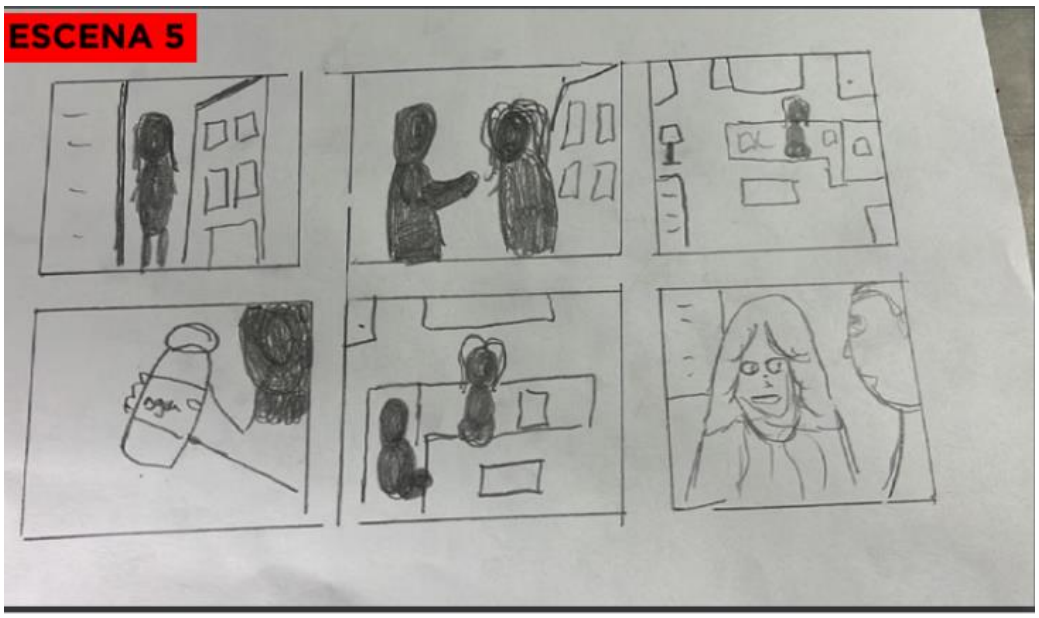
y si los usuarios **conectan emocionalmente** con los personajes. • Probar la **interacción entre plataformas** (serie, videojuego, redes sociales).	**empatizan** con los personajes y experimentan el **bullying digital** y la **privacidad** de forma realista. • Evaluar la **convergencia entre los medios**, y ver si la participación en un medio (ej. videojuego) **afecta la narrativa** en otros (serie, redes).	• Recursos: **tecnología de producción audiovisual**; **equipo de marketing** para testear en redes; **plataformas** para distribuir la serie y videojuego (YouTube, Steam). • Plan de trabajo: Crear versiones **iniciales de la serie** y **videojuego básico**; **testeo con usuarios reales** en fases de prueba.
Contacto usuario	Durante las primeras pruebas con usuarios, se recibió **retroalimentación positiva** y algunas sugerencias para mejorar la experiencia. Los usuarios destacaron que se sintieron **involucrados** desde el principio con la **narrativa de la serie web**, especialmente al interactuar con los **personajes** en redes sociales ficticias. Sin embargo, algunos mencionaron que les gustaría que las **decisiones en el videojuego** tuvieran un impacto más visible y directo en la trama de la serie, para sentir que su participación es	

	realmente significativa. Además, varios usuarios comentaron que la **dinámica transmedia** (serie, videojuego y redes) les **gustó mucho**, ya que les permitió **explorar la historia desde diferentes perspectivas**, pero sugirieron que se podrían añadir más **elementos interactivos** en las redes sociales para mantener su **interés** entre los episodios. Esta retroalimentación será clave para ajustar tanto el **diseño narrativo** como la **integración de las plataformas** antes de la versión final del proyecto.

Prototipo de Baja Definición: Storyboard del Proyecto

Para el prototipo de **baja fidelidad**, se presentó un **storyboard** detallado del proyecto, el cual representa las principales **escenas y secuencias** de la serie web de **"Los Secretos del Santa Ana"**. Este storyboard, realizado con materiales sencillos, como lápiz y papel, se utilizó para explorar la estructura narrativa, los giros principales de la trama y las interacciones clave entre los personajes. La finalidad del storyboard fue **visualizar rápidamente** cómo se desarrollaría la historia y probar las transiciones entre escenas, permitiendo que el equipo y los primeros usuarios dieran **retroalimentación inmediata** sobre la fluidez de la narrativa y la interacción de los personajes.

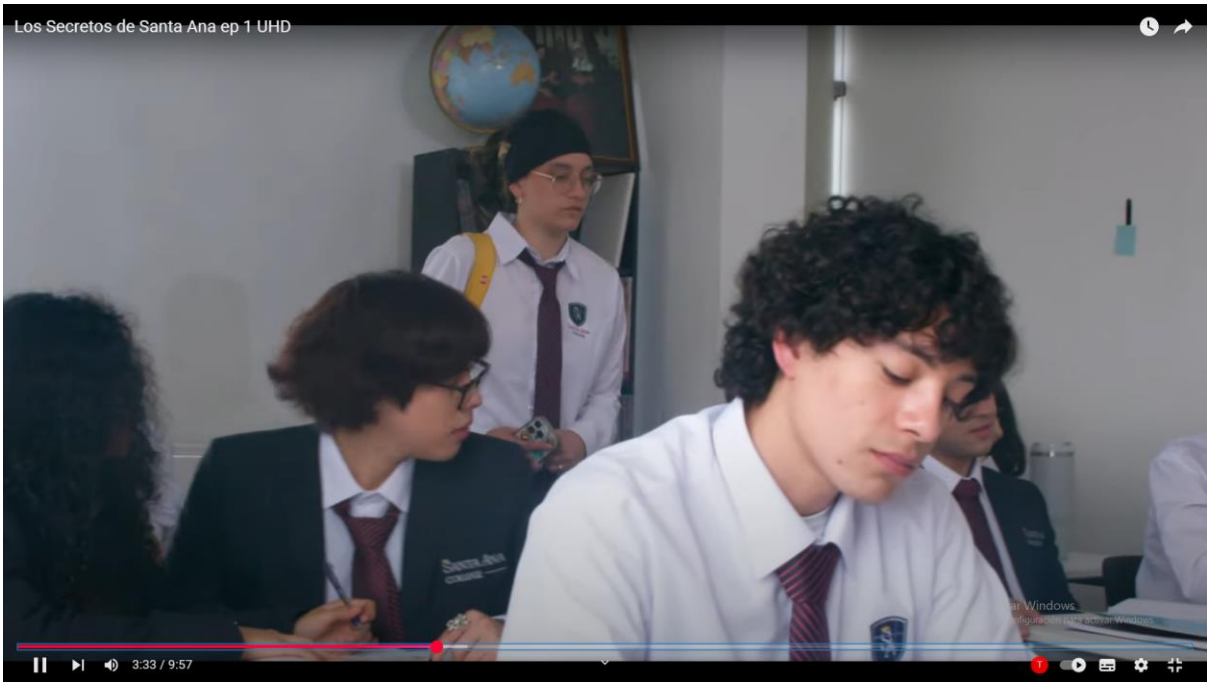
Tabla 18prototipo baja definicion



Prototipo de Alta Definición: Trailer del Proyecto

En cuanto al **prototipo de alta fidelidad**, se desarrolló un **tráiler del proyecto** que incluye una versión de **alta calidad** de los primeros minutos de la serie web, con **producción profesional** y edición avanzada. Este tráiler sirve para mostrar a los usuarios y patrocinadores el estilo visual, el tono emocional y las principales **dinámicas de la trama** de la serie. A través de este prototipo, se busca evaluar la respuesta del público ante los personajes, los giros narrativos y la atmósfera del proyecto, proporcionando una visión más precisa de lo que los usuarios experimentarán al ver el producto final.

Tabla 19prototipo alta



https://www.youtube.com/watch?v=aox0tZCV4yM

Check list de Prototipado para "Los Secretos del Santa Ana"

Tabla 20 check list del prototipado

Criterio	**¿Cumple? (Sí/No)**	**Comentarios**
Hace tangible el concepto	Sí	Se utiliza **storyboarding** y **wireframes** para representar las interacciones y la estructura inicial del contenido. El concepto de la serie, videojuego y redes sociales es visible y entendible a través de estos prototipos básicos.

Le da forma al concepto	Sí	Utilizamos **papeleos y dibujos simples** para darle forma visual a la idea antes de realizar la producción completa.
Permite contar la idea por sí sola	Sí	Los **storyboards** y **wireframes** permiten contar la narrativa de forma sencilla, lo que facilita la comprensión de la trama principal y sus interacciones.
Permite experimentar (según nivel)	Sí	Al ser un prototipo de baja definición, permite **experimentar con la narrativa** y los personajes de manera rápida y flexible.
Se puede evaluar y validar	Sí	Se hacen pruebas con usuarios limitados para **evaluar la comprensión básica** del concepto y recibir comentarios iniciales.
Evidencia lo que es relevante para los usuarios	Sí	A través de los **prototipos rápidos**, se evalúan las **interacciones** más básicas, como la relación entre los personajes y las primeras reacciones de los usuarios ante la trama.
Hace posible validar con terceros (según nivel)	Sí	**Feedback rápido** de los usuarios permite saber si el concepto es claro o si se necesita ajustar.

Hace posible obtener retroalimentación	Sí	**Prototipos simples** permiten obtener retroalimentación de manera ágil, por ejemplo, en las redes sociales o mediante encuestas simples.
Hace posible entender qué funciona y qué no	Sí	Nos permite identificar rápidamente las partes de la narrativa o interacción que no están funcionando según las expectativas de los usuarios.
Sirve para mostrar lo que se puede hacer (según nivel)	Sí	Este prototipo de baja definición muestra un **borrador visual** de cómo podría lucir el producto final.
Se puede evaluar rápido	Sí	Los prototipos de baja definición permiten realizar **pruebas rápidas**, como las pruebas de **storyboard** o **mockups**.
Comunica y posibilita compartir con el equipo o público	Sí	Se pueden compartir los prototipos con el equipo para **revisar detalles** y obtener comentarios sobre la estructura narrativa, además de ser **comunicable al público objetivo** de forma sencilla.

2.5.8 Evaluación y Métricas de Impacto del Proyecto

Tablero UX

Tabla 21Tablero UX

ACERCA DEL DISEÑO		ACERCA DEL DISEÑO	
Contexto: Colegio limeño, problemas de bullying digital y privacidad.	Problema: Bullying digital y presión social en adolescentes.	Inicio: Introducción a personajes y el misterio en la serie	Durante: Interacción con personajes y decisiones que afectan la historia.
Solución : Proyecto transmedia (serie, videojuego, redes	Desenlace : Sensibilización sobre bullying y privacidad.	Fin ; Resolución del conflicto y lecciones sobre bullying y privacidad.	Éxito: Alta participación y aprendizaje emocional, éxito en redes.

1. Contexto (Acerca del Contexto)

En esta fase, se busca **ubicar el proyecto en su entorno** y entender la **realidad** que se está abordando. El **contexto** de **"Los Secretos del Santa Ana"** está marcado por los desafíos que enfrentan los jóvenes en la era digital, especialmente el **bullying digital** y los problemas relacionados con la **presión social** en redes. El proyecto se centra en un **colegio limeño** como contexto principal, lo que lo hace **reconocible** y **relacionable** para los adolescentes de esa región, pero con la posibilidad de adaptarse a otros mercados.

Este cuadrante identifica el **porqué** de la necesidad del proyecto, que es **sensibilizar** sobre estos problemas sociales, y presenta la **base para la solución** que se ofrece a través de una experiencia transmedia.

2. Problema (Acerca del Contexto)

En este cuadrante se identifica el **problema** que **"Los Secretos del Santa Ana"** busca solucionar. El **bullying digital**, la **presión social** y la **exclusión** son problemas universales en la adolescencia, exacerbados por el uso de las redes sociales. Este proyecto pretende no solo **entretener**, sino también **educar** y ofrecer **herramientas para manejar estas situaciones**. Además, el **desafío** de captar la atención del público joven en un entorno saturado de contenidos se reconoce como una **barrera a superar**.

3. Solución Propuesta (Acerca del Diseño)

La **solución propuesta** es una experiencia **transmedia** que involucra a los usuarios en una **narrativa dinámica** a través de múltiples plataformas (serie web, videojuego, redes sociales, e-book). Este enfoque permite que los jóvenes no solo **vean el contenido**, sino que también **participen activamente**, interactuando con los personajes y tomando decisiones que afectan la historia. La idea es que esta **inmersión** permita que los usuarios comprendan mejor los temas tratados, como la **privacidad digital** y el **bullying**, de una manera **entretenida y educativa**.

4. Desenlace (Acerca del Diseño)

El desenlace del proyecto se refiere a cómo el usuario experimenta la **resolución** del contenido interactivo. En este caso, al finalizar el proyecto, el usuario **tiene una sensación de satisfacción** porque las decisiones que tomó a lo largo del juego y la serie tuvieron un impacto en el desarrollo de la historia. Además, el desenlace incluye el aprendizaje sobre los **problemas sociales** tratados en el proyecto, como el bullying y la privacidad en redes sociales, reforzando la **función educativa** del proyecto.

5. Inicio (Acerca del Diseño)

El **inicio** se centra en la **introducción** al mundo de **"Los Secretos del Santa Ana"**, donde los usuarios son presentados al **universo narrativo**, los personajes y el **primer conflicto**. La fase inicial está diseñada para atraer la atención del usuario, generando **expectativa** y **curiosidad** sobre el misterio de la serie. En este punto, se establece una **interacción** temprana en redes sociales, que invita a los usuarios a **participar** en el contenido y empezar a explorar el universo de la serie.

6. Durante (Acerca del Diseño)

La fase **durante** se refiere al momento en que el usuario está completamente **inmerso** en la **serie web** y el **videojuego**, experimentando las interacciones de los personajes y tomando decisiones. El objetivo es mantener el **engagement** a lo largo de toda la narrativa, haciendo que el usuario **se sienta parte activa** de la historia. Durante esta fase, el proyecto también busca **evaluar** cómo los temas educativos, como la privacidad en redes y el bullying digital, resuenan con la audiencia.

7. Fin (Acerca del Diseño)

El **fin** es el desenlace natural de la serie, donde se resuelven los principales conflictos de la trama. En este punto, el **usuario ha vivido toda la experiencia** y ha tomado decisiones que afectan el final. Además, se ofrece una **reflexión educativa** sobre los problemas tratados en la serie, como el **bullying digital**, que **deja un mensaje** claro sobre cómo **enfrentar estos problemas** en la vida real.

8. Éxito (Acerca del Diseño)

El **éxito** se mide a través de varios parámetros, como la **participación activa** del usuario, el **impacto educativo** del proyecto, y la **fidelización** de los usuarios. Se espera que el proyecto sea exitoso si logra **sensibilizar** a los jóvenes sobre los **problemas sociales** tratados, mientras mantiene una comunidad activa que sigue participando en el contenido.

También se mide a través de la **retención** de usuarios, es decir, cuántos usuarios continúan involucrados con el proyecto después de terminar la serie.

Tabla Receptora

Tabla 22Tabla Receptora

LO QUE FUNCIONA	**CRÍTICA**
- Los usuarios disfrutaron de la **calidad visual** y la atmósfera de misterio que se crea desde el inicio.	- Algunos usuarios comentaron que el ritmo del tráiler es **demasiado rápido**, lo que les impide captar todos los detalles de la trama.
- La **presentación de los personajes** fue bien recibida, ya que generó **empatía** y **conexión emocional** desde el principio.	- Se mencionó que el **conflicto central** no está lo suficientemente claro al principio, lo que podría generar **confusión** en algunos espectadores.
- La **música** y los **efectos sonoros** fueron destacados como elementos que **refuerzan la atmósfera**.	- Algunos espectadores desearían ver más **escenas de interacción** entre los personajes principales para **desarrollar más la relación** entre ellos.
- El **estilo visual** y el enfoque transmedia (videojuego, redes sociales) fueron bien recibidos por los usuarios que se sintieron atraídos por el concepto.	- Se sugirió que las **redes sociales ficticias** podrían tener más **contenido interactivo** para involucrar al espectador desde el inicio.
DUDA	**NUEVAS IDEAS**

- Algunos usuarios se preguntaron si el **videojuego** estará disponible en múltiples **plataformas**.	- Proponer un **modo interactivo** dentro del tráiler, donde los espectadores puedan elegir ciertas decisiones, similar a un videojuego.
- Hubo dudas sobre si la serie será más orientada a la **comedia o al drama**, ya que el tráiler parece mezclar ambos géneros.	- Algunos usuarios sugirieron la idea de incluir **personajes secundarios** que puedan interactuar más con los protagonistas, agregando más complejidad a la historia.
- Los usuarios también se preguntaron si las **historias en redes sociales** serán lo suficientemente desarrolladas para **crear una comunidad** activa.	- Se propuso que se hiciera un **episodio interactivo** donde los espectadores pudieran influir en las decisiones de los personajes a través de encuestas en redes sociales.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación



Tabla Resumen del Modelo de Negocio:

Tabla 23Tabla Resumen del Modelo de Negocio

Componente	**Descripción**
Propuesta de Valor	Innovadora serie transmedia que combina **drama juvenil** con temas de **bullying digital** y **privacidad en redes sociales**.
Socios Clave	Plataformas de distribución (Prime Video, Steam, Amazon KDP), influencers, marcas de moda juvenil, colegios.

Actividades Clave	Producción de la serie (8 episodios), desarrollo del videojuego, marketing digital y offline (campañas en redes sociales).
Recursos Clave	Guion, diseño de personajes, equipo creativo, software de desarrollo (Unity, Adobe), presupuesto inicial.
Canales	Streaming (Prime Video, YouTube), redes sociales (TikTok, Instagram), e-book, eventos de lanzamiento.
Relación con los Clientes	Comunidad activa en redes sociales, gamificación (desafíos), feedback continuo post-capítulo.
Segmentos de Clientes	Adolescentes (13-18 años) de colegios privados, jóvenes adultos (18-25 años), educadores, patrocinadores.
Estructura de Costos	Costos fijos: salarios, producción de contenido. Costos variables: marketing, merchandising, publicidad.
Fuentes de Ingresos	Venta de la serie a plataformas de streaming, monetización del videojuego, ventas de e-book, merchandising, patrocinios.

Propuesta de Valor

El proyecto **"Los Secretos del Santa Ana"** es una serie transmedia que combina **drama juvenil** con problemas actuales como el **bullying digital** y la **privacidad en redes**

sociales. Ofrece una experiencia inmersiva que va más allá de ver una serie, integrando un **videojuego**, **redes sociales ficticias** y un **e-book**.

Sostenibilidad del Proyecto

El proyecto es **sostenible** al generar múltiples fuentes de ingresos, incluyendo la **venta de la serie a plataformas de streaming**, la **monetización del videojuego** y la **venta de productos derivados** (merchandising y e-book). Además, la **participación continua** en redes sociales y las actualizaciones regulares del contenido ayudarán a **mantener el engagement** del público objetivo.

Plan de Actividades

El plan de actividades está basado en una **iteración constante** del contenido, empezando con el lanzamiento de la **serie web y el videojuego**. A medida que crezca la audiencia, se planea **expandir la narrativa** a través de eventos, nuevas temporadas y **expansión a otras plataformas**. También se prevé una posible **replicación del modelo** en otros países de Latinoamérica.

Recursos Necesarios

El proyecto requiere **recursos humanos** como guionistas, directores, diseñadores y actores. A nivel **tecnológico**, se necesitarán herramientas como **Unity** para el desarrollo del videojuego y **Adobe Premiere** para la producción de la serie. El **presupuesto inicial** incluirá costos de producción, marketing y distribución.

Este modelo de negocio se presenta como un **proyecto innovador**, integral y **sostenible**, con múltiples fuentes de ingresos y un enfoque en la **participación activa** del público.

III. Estimación de costos

Categoría	Detalle	Costo Estimado (S/.)
Sueldos y Honorarios	Incluye los sueldos del **equipo creativo** (guionistas, directores, productores, actores) durante la producción de la serie y el videojuego.	**S/. 82,000**
Producción Audiovisual	Incluye los **costos de rodaje**, el alquiler de **equipos de filmación**, **cámaras**, **luces**, **sonido** y la **postproducción** (edición, efectos visuales, música).	**S/. 315,000**
Desarrollo de Videojuego	Costos asociados a la **programación**, **diseño gráfico**, **pruebas** y la integración del videojuego con la serie web.	**S/. 150,000**
Hosting y Mantenimiento Web	Costos anuales de los servidores necesarios para mantener el **videojuego**, la **serie web**, y las plataformas interactivas.	**S/. 2,200**
Licencias de Software	Incluye la compra de licencias para programas de **edición de video** (Adobe Premiere, After Effects) y **desarrollo de videojuegos** (Unity, Unreal Engine).	**S/. 5,000**
Marketing y Publicidad (Fijos)	Incluye los costos fijos de las campañas publicitarias de lanzamiento en	**S/. 26,000**

	plataformas de streaming, redes sociales, y **eventos de promoción** iniciales.	

Total Costos Fijos: **S/. 580,200**

Categoría	Detalle	Costo Estimado (S/.)
Marketing y Publicidad (Variables)	Publicidad continua y anuncios durante el ciclo de vida del proyecto, incluyendo promociones y **estrategias de retargeting**.	**S/. 15,000**
Merchandising	Costos de producción de productos derivados de la serie (ropa, cuadernos, accesorios).	**S/. 10,000**
Eventos de Lanzamiento	Costos de realización de eventos de lanzamiento en colegios y universidades para promover la serie.	**S/. 8,000**
Distribución de Contenido en Redes	Gastos en la distribución y promoción de contenido adicional en redes sociales (TikTok, Instagram).	**S/. 12,000**
Costos de Gestión y Administración	Costos administrativos, incluyendo **gestión de derechos de**	**S/. 5,000**

	autor, logística de distribución y **costos de gestión de proyectos**.	

Total Costos Variables: **S/. 50,000**

Recurso	**Detalle**	**Costo Estimado (S/.)**
Recursos Humanos	**Directores**, **guionistas**, **diseñadores**, **actores** y **equipo de marketing** para la producción y promoción del proyecto.	**S/. 82,000**
Tecnología	Software de producción (**Adobe Premiere**, **After Effects**), **Unity** para el videojuego, estaciones de trabajo de alta capacidad.	**S/. 40,000**
Equipos de Producción	**Cámaras**, **luces**, **micrófonos**, equipos de grabación de alta calidad.	**S/. 25,000**

Total Recursos Necesarios: **S/. 147,000**

Fuente de Ingreso	**Detalle**	**Ingreso Estimado (S/.)**
Venta de la Serie	Venta de la serie a plataformas de streaming (Prime Video, Netflix).	**S/. 500,000**
Monetización del Videojuego	Ingresos por ventas en plataformas como Steam, Epic Games Store.	**S/. 200,000**

Venta del E-book	Ingresos por ventas de e-books (Amazon Kindle, etc.).	**S/. 50,000**
Merchandising	Ingresos por venta de productos relacionados (ropa, cuadernos).	**S/. 30,000**
Patrocinios	Ingresos por patrocinios de marcas (ropa, tecnología).	**S/. 100,000**
Publicidad en Redes Sociales	Ingresos por publicidad de marcas en plataformas como Instagram y TikTok.	**S/. 25,000**

Total Ingresos Estimados: **S/. 905,000**

Resumen Total del Presupuesto

Categoría	**Monto Estimado (S/.)**
Total Costos Fijos	S/. 580,200
Total Costos Variables	S/. 50,000
Total Recursos Necesarios	S/. 147,000
Total Ingresos Estimados	S/. 905,000
Presupuesto Total Estimado	**S/. 777,200**

IV. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

1. **Innovación y Potencial Transmedia**:

   El proyecto **"Los Secretos del Santa Ana"** es una propuesta innovadora que se destaca por su enfoque transmedia, combinando una serie web, videojuego y redes sociales ficticias. Esta estrategia no solo ofrece una experiencia envolvente para el usuario, sino que también genera múltiples puntos de contacto que mantienen al público comprometido. El uso de varios medios (video, interactividad en videojuegos, y redes sociales) aumenta el potencial de captar la atención del público joven, principalmente adolescentes entre 13 y 18 años, que buscan experiencias dinámicas y participativas.

2. **Enfoque Educativo y Social**:

   A lo largo de la narrativa, el proyecto aborda problemas sociales muy relevantes para los adolescentes, tales como el **bullying digital**, la **privacidad en redes sociales** y los **problemas emocionales** derivados de las interacciones virtuales. A través de esta serie transmedia, los usuarios no solo se entretienen, sino que también son educados y sensibilizados acerca de estos temas, lo que fortalece el propósito del proyecto de generar un impacto social positivo.

3. **Sostenibilidad Financiera**:

   El modelo de negocio propuesto se muestra **viable y sostenible** a largo plazo. Con **fuentes de ingresos diversificadas**, que incluyen **venta de la serie a plataformas de streaming**, **monetización del videojuego**, **ventas de merchandising** y **publicidad**, el proyecto tiene varias avenidas para generar **ingresos recurrentes**. Esto garantiza que el proyecto no solo pueda mantenerse en el tiempo, sino también expandirse hacia nuevas audiencias.

4. **Desarrollo de la Propuesta**:

   A nivel de **producción** y **desarrollo**, la estrategia de **prototipado y prueba continua** es clave para asegurar que el proyecto se ajuste a las expectativas de la audiencia. El trabajo en **baja y alta fidelidad** a través de **storyboards** y **tráilers** ha permitido validar el concepto y ajustar la narrativa antes de su lanzamiento. La **retroalimentación de los usuarios** ha sido fundamental para refinar la historia, la jugabilidad y la interacción en redes sociales.

5. **Posicionamiento en el Mercado**:

   El proyecto tiene un **gran potencial para posicionarse** como un referente en el mercado de contenido transmedia dirigido a adolescentes. La colaboración con **influencers**, **marcas de moda** y **colegios** contribuirá a la visibilidad y aceptación del proyecto. Además, el **contenido exclusivo** y las **estrategias de gamificación** son elementos clave para fidelizar a la audiencia.

Recomendaciones

1. **Optimización del Ritmo de la Narrativa**:

   A partir de los comentarios recibidos durante las pruebas de usuario, se recomienda trabajar en la **velocidad del tráiler** y la **claridad del conflicto**. Algunos usuarios mencionaron que el ritmo era **demasiado rápido** y que el **conflicto central** no estaba claro desde el principio. Una narrativa más pausada y bien estructurada ayudará a captar la atención desde los primeros momentos y a mantener el interés del espectador.

2. **Expandir la Interactividad en las Redes Sociales**:

   Las **redes sociales ficticias** fueron bien recibidas, pero algunos usuarios sugirieron que podrían tener **más contenido interactivo** para involucrar aún más al público. Se

recomienda crear **contenidos exclusivos**, como **encuestas**, **retos de redes** y **teorías** que permitan a los usuarios participar activamente en el mundo de la serie. Además, la incorporación de **eventos en vivo** o **conversaciones interactivas** con los personajes podría incrementar la **interacción** y **compromiso** de la audiencia.

3. **Desarrollo de Episodios Interactivos**:

   Dada la naturaleza del proyecto, que aboga por la **interactividad** del usuario, una **sugerencia clave** es la inclusión de **episodios interactivos** donde los espectadores puedan tomar decisiones que afecten directamente el curso de la historia. Esto no solo aumentará la **inmersión** del público, sino que también le dará una sensación de **control** sobre la narrativa.

4. **Ampliación de la Oferta de Merchandising**:

   El **merchandising** es una fuente importante de ingresos, pero actualmente parece limitado a algunos productos básicos (como ropa y cuadernos). Se recomienda ampliar esta oferta a **productos más exclusivos** y **personalizados** que sean atractivos para los adolescentes, como **juguetes**, **artículos coleccionables** (figuras de los personajes), y **productos temáticos** basados en la serie.

5. **Fortalecer la Estrategia de Feedback y Evaluación Continua**:

   Continuar con la estrategia de **retroalimentación continua** es fundamental para mejorar el proyecto en cada etapa. Utilizar **encuestas post-capítulo**, **foros de discusión** en redes sociales y otras herramientas para obtener **opiniones de los usuarios** ayudará a **ajustar la narrativa** y los **elementos interactivos** de la serie y el videojuego. Además, esta estrategia de retroalimentación es esencial para **mantener el interés** del público y mejorar la **experiencia general**.

6. **Expansión a Nuevas Regiones y Públicos**:

   El proyecto tiene el potencial de expandirse más allá de los **mercados locales**. Se recomienda explorar la **internacionalización** de la serie, considerando una **traducción** y adaptación a otros idiomas y culturas. Esto podría incluir la adaptación de ciertos aspectos de la historia y los personajes a mercados específicos (por ejemplo, adaptaciones para **mercados de habla inglesa** o **portuguesa**).

7. **Maximizar el Potencial de Gamificación**:

   A lo largo de las pruebas, los usuarios se mostraron interesados en los **elementos de gamificación** presentes en el videojuego y las **redes sociales**. Se recomienda incrementar los elementos de **recompensa**, **logros** y **desafíos** para fomentar la **participación continua**. Además, estos elementos pueden ser utilizados para **promocionar la serie** y aumentar el **engagement** en plataformas de redes sociales.

V. Referencias Referencias bibliográficas utilizadas para el desarrollo del proyecto

Alvarado, E. (2017). *Marketing transmedia: Nuevas formas de contar historias*. Editorial Gestión 2000.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Castells, M. (2013). *Redes sociales, comunicación y participación: El poder de los medios en la era digital*. Editorial Alianza.

García, C. (2018). *El bullying digital: Prevención y sensibilización en la era de las redes sociales*. Editorial Pirámide.

González, M. (2019). *La gamificación como estrategia educativa: Teoría y práctica en la enseñanza digital*. Editorial Anaya.

Delgado, V. (2020). *Las plataformas digitales en la producción de contenidos audiovisuales*. Editorial UOC.

Vargas, R., & García, L. (2021). *Narrativas transmedia: Un nuevo enfoque para la producción de contenidos digitales*. Editorial Routledge.

López, M. (2019). *La integración de las redes sociales en las estrategias transmedia*. Comunicación y Sociedad, 45(2), 44-61.

Medina, F., & Pérez, T. (2020). *Marketing en plataformas de streaming: El futuro del entretenimiento digital*. Revista de Marketing Digital, 14(3), 112-124.

Fernández, A., & Martínez, S. (2021). *El impacto de las redes sociales en la adolescencia: Un análisis de los riesgos y beneficios*. Psicología y Educación, 32(1), 78-90.

Rodríguez, J. (2020). *El futuro de las plataformas digitales en el entretenimiento juvenil*. Editorial McGraw-Hill.

Fernández, M., & Pérez, J. (2018). *El impacto de los videojuegos en la conducta adolescente*. Psicología del Desarrollo, 15(3), 112-126.

Tufte, T., & Rasmussen, T. (2017). *Cultura digital y adolescencia: Nuevas narrativas en el contexto educativo*. Editorial Springer.

Anderson, C. (2018). *La creación de contenido transmedia: Estrategias y análisis de casos*. Editorial Routledge.

Perrin, A. (2017). *La juventud en la era digital: Comportamiento y participación en redes sociales*. Pew Research Center.

Jenkins, H., & Deuze, M. (2019). *From media convergence to transmedia storytelling*. In *The Routledge Handbook of Digital Media Studies* (pp. 1-12). Routledge.

Medrano, S., & García, M. (2019). *El papel de las plataformas digitales en la educación de adolescentes*. Revista de Innovación Educativa, 28(4), 234-247.

Marrero, J. (2017). *El marketing de contenidos en las plataformas digitales: De la teoría a la práctica*. Editorial Netthink.

Murdock, G., & Pendergast, D. (2020). *El marketing de influencers y su influencia en la adolescencia*. Comunicación y Sociedad, 37(1), 44-58.

VI. Anexos

Tabla 1 descripcion general del proyecto....6
Tabla 2ARBOL DE PROBLEMAS....11
Tabla 3MAPA DE ACOTRES....14
Tabla 4ARQUETIPO DE USUARIO....23
Tabla 5ANALISIS FODA....26
Tabla 6ANALISIS PESTEL....32
Tabla 7PROPUESTA DE VALOR....38
Tabla 8grafico estructura de la serie web....43
Tabla 9DISELO DEL VIDEOJUEGO Y ESTRUCTURA DE NIEVELES....45
Tabla 10Ejemplo de interacción en redes sociales....46
Tabla 11Relación ente el e-book y otros componentes....48
Tabla 12Modelo de negocios canva....49
Tabla 13gráfico que muestra la evolución de la conciencia sobre el bullying digital a través de la serie y las redes sociales....55
Tabla 14gráfico que muestra la participación activa de los usuarios a través de decisiones en el videojuego y en las redes sociales....57
Tabla 15Estrategia Educativa....58
Tabla 16gráfico de ingresos proyectados por venta de contenido y patrocinios....59
Tabla 17Tabla de Creación de Prototipo....60
Tabla 18prototipo baja definicion....63
Tabla 19prototipo alta....64
Tabla 20 check list del prototipado....64
Tabla 21Tablero UX....67
Tabla 22Tabla Receptora....70
Tabla 23Tabla Resumen del Modelo de Negocio....72