ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Propuesta de espacios culturales para la educación y sensibilización sobre el Alzheimer en adultos mayores peruanos

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

PRESENTADA POR

Isabella Noelany Ponte Aburto
DNI: 75600633, Perú
Flavia Andrea Pompilla Lastarria
DNI: 71714441, Perú

ASESOR

Elizabeth Fabiola Palomino Nolasco
DNI: 47052640,Perú

ORCID: 0009-0001-9390-2980

JURADO

Espinoza Gomez Silvana Tabata
Sanchez Villanueva Kelly Doris
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, enero 2026

2020009052-Ponte 0000015528 - Pompilla.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549163196

Fecha de entrega
25 ene 2026, 2:15 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 2:16 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
2020009052-Ponte 0000015528 - Pompilla.pdf

Tamaño del archivo
13.9 MB

51 páginas

8850 palabras

53.202 caracteres

turnitin Página 1 de 58 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:549163196

17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

7%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
15%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, que han sido nuestra motivación y fortaleza.

A nuestros padres, por su amor, esfuerzo y por enseñarnos a perseguir nuestras metas.

Y a todas las personas que nos acompañaron y apoyaron en este camino académico.

Con cariño, para ustedes.

Agradecimiento

Agradecemos sinceramente a nuestras familias, especialmente a nuestros padres, por su apoyo incondicional, su paciencia y por acompañarnos en cada etapa de este proceso.

Nuestro agradecimiento también para nuestra tutora y asesora, por su orientación, dedicación y por guiarnos con claridad durante el desarrollo de esta investigación.

A nuestros compañeros, docentes y a todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron con sus conocimientos, tiempo o palabras de ánimo, les expresamos nuestra gratitud.

A todos, muchas gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general……. 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación……...1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación……. 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación……... 1

II. Descripción de la innovación……2

2.1 Planteamiento del Problema……2

2.2 Población beneficiaria……4

2.3 Objetivo(s) del proyecto……..5

2.4 Marco referencial…… 5

2.5 Proceso creativo y experimentos……7

2.5.1 Información sobre el usuario(s)..... 7

2.5.2 Información sobre el Mercado…….. 9

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor……... 12

2.5.4 Diseño de producto/servicio……14

2.5.5 Modelo de Negocio……15

2.5.6 Resultados esperados…….. 17

2.5.7 Prototipos desarrollados……..18

2.5.8 Experimentos…….. 19

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación……23

III. Estimación de costos……... 28

3.1 Presupuesto……28

IV. Conclusiones y recomendaciones……...30

4.1 Conclusiones…… 30

4.2 Recomendaciones…… 31

V. Referencias Bibliográficas……. 32

VI. Anexos…… 32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Diagrama de Gantt…….. 27
Tabla 3 Porcentajes de encuesta ……...……..…….23
Tabla 2 Presupuesto …….31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Arquetipo de usuario…….. 9

Figura 2: Mapa de empatía……...……...10

Figura 3: Mapa para contextualizar……..…….…...13

Figura 4: Propuesta de valor……...……..14

Figura 5: Propuesta de portada de troncal……15

Figura 6: Canva modelo de negocio……..……...16

Figura 7: Monólogo “historias que no envejecen” ……...……...……19

Figura 8: Libro “La forma del recuerdo”……19

Figura 9: Experiencia inmersiva “El cuarto de la memoria”…….….20

Figura 10: Check List del Prototipado…….……..21

Figura 11:Tablero UX……..……...…24

Figura 12:Tabla receptora……..23

Figura 13: Experimentación ágil……..…25

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Qanwan: Propuesta de espacios culturales para la educación y sensibilización sobre el Alzheimer en adultos mayores peruanos

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Qanwan se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Cultura y Sociedad y la actividad económica de Industrias Culturales y Creativas y busca resolver la ausencia de espacios culturales para la educación y sensibilización sobre el Alzheimer en Perú, teniendo como población beneficiaria familias y cuidadores de personas con Alzheimer, adultos jóvenes (20-50 años) y profesionales de salud y áreas afines.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permite 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 proyecto transmedia cultural (ver canvas de propuesta de valor), se trata de un ecosistema de experiencias artísticas e inmersivas que integra un cortometraje, un libro (diario íntimo), una exposición inmersiva con realidad virtual y un teatro interactivo. El proyecto aborda el Alzheimer desde una perspectiva poética y empática, utilizando narrativas locales peruanas (Lima, Ayacucho, migración) para generar empatía intergeneracional, preservar la memoria colectiva y crear comunidad de apoyo. Se sustenta en un triple balance: social (sensibilización de más de 5,000 personas), económico (diversificación de ingresos con S/. 33,600 proyectados año 1) y ambiental (uso de materiales sostenibles en exposiciones).

Para la experimentación se diseñaron prototipos: video pitch del concepto, check list de prototipado y tabla receptora para validar con 31 usuarios reales mediante encuesta

estructurada entre el 4 y 13 de noviembre 2025. Los resultados confirmaron un 85% de interés en experiencias artísticas sobre Alzheimer, preferencia por formatos inmersivos (78%) y educativos (72%), y disposición de pago entre S/. 10-35. Los insights cualitativos revelaron demanda de historias auténticas y espacios de diálogo intergeneracional.

Se concluye que la solución propuesta llena el vacío cultural crítico sobre Alzheimer en Perú, validado por investigación con usuarios reales y análisis del contexto epidemiológico (más de 200,000 casos) y se recomienda establecer alianzas estratégicas con MINSA, APEAD y Ministerio de Cultura, buscar cofinanciamiento (DAFO) e implementar estrategias de preventa del libro y crowdfunding para optimizar la viabilidad financiera.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se desarrolla en Lima, Perú, privilegiando espacios de significación cultural como los distritos de Barranco y Miraflores, reconocidos por su fuerte tradición artística y cultural. Esta localización geográfica responde a una intención deliberada de rescatar la memoria familiar, el valor de la oralidad y la creación artística como componentes fundamentales de la identidad peruana contemporánea (Ministerio de Cultura del Perú, 2023).

En el Perú, el Alzheimer es una enfermedad neurodegenerativa que afecta no solo la memoria de quienes la padecen, sino también el ámbito simbólico y emocional de las familias que asumen el cuidado. Esta condición representa aproximadamente el 62 % de los casos de demencia en el país y afecta a más de 200 000 personas mayores de 60 años (Ministerio de Salud [MINSA], 2024). La enfermedad deteriora progresivamente las funciones cognitivas, afectando la memoria, la identidad y la capacidad de realizar actividades cotidianas, lo que genera una carga significativa para los cuidadores.

Según estudios de la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2022), cerca del 80 % de los cuidadores principales son mujeres, principalmente hijas (60 %) o cónyuges (30 %), y alrededor del 40 % no recibe ayuda de otra persona, lo que incrementa el riesgo de agotamiento físico y emocional. A diferencia de los países desarrollados, donde la incidencia de la demencia está disminuyendo, en el Perú la tendencia es opuesta, registrándose un

aumento sostenido de casos debido al envejecimiento poblacional y a la falta de políticas de atención integral (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2021).

Si bien en 2013 el Estado peruano incluyó la demencia en la lista de enfermedades catastróficas, las familias continúan asumiendo la mayor parte de los costos del tratamiento, evidenciando la necesidad de fortalecer las políticas públicas y los programas de apoyo a cuidadores, así como la promoción de iniciativas culturales que contribuyan a visibilizar y humanizar la experiencia del Alzheimer desde un enfoque artístico y social (MINSA, 2024; OPS, 2022).

Actualmente existen diversos proyectos audiovisuales y documentales que abordan el Alzheimer, tanto a nivel internacional como regional. Producciones como "Still Alice" (2014), "The Father" (2020) o documentales como "Alive Inside" (2014) han explorado la enfermedad desde perspectivas clínicas, testimoniales o centradas en el deterioro cognitivo individual. En el contexto latinoamericano, iniciativas como "El olvido que seremos" o diversos cortometrajes han documentado experiencias personales con la demencia. Sin embargo, estos proyectos se enfocan principalmente en la dimensión médica y el impacto familiar inmediato de la enfermedad, sin integrar de manera significativa el componente cultural, identitario y artístico como eje transversal de la narrativa. La mayoría carece de una propuesta que vincule la problemática de salud con el rescate del patrimonio cultural, la memoria colectiva y las tradiciones como elementos terapéuticos y de cohesión social.

A escala global, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021) señala que más de 55 millones de personas viven con demencia, siendo el Alzheimer responsable de aproximadamente entre el 60% y 70% de los casos. Esta realidad constituye un desafío creciente tanto para los sistemas de salud como para las familias que asumen responsabilidades de cuidado.

I. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En el Perú hay una brecha significativa: prácticamente no se toca el tema del Alzheimer ni otras demencias desde los espacios culturales. Mientras que en Argentina, México o

Colombia encontramos películas, series, obras de teatro, exposiciones y centros culturales que abordan el envejecimiento, la salud mental o las enfermedades neurodegenerativas, en Perú este tipo de manifestaciones culturales brillan por su ausencia (Malaga et al., 2024; MINSA, 2024). Estamos perdiendo la oportunidad de usar los espacios culturales como lo que realmente son: herramientas poderosas para generar empatía, para acercar realidades que muchos prefieren no ver, y para mantener viva tanto la memoria personal como la colectiva.

¿Por qué pasa esto? Hay tres razones principales que se entrelazan. Primero, no existen políticas públicas que realmente incentiven la producción de contenidos audiovisuales o actividades culturales con enfoque social o de salud. Segundo, hay una notable carencia de formación especializada en nuestras industrias culturales para tratar temas relacionados con la vejez y la salud mental de manera respetuosa y profunda. Tercero, quizás lo más preocupante persiste un estigma social profundo alrededor de la vejez, que termina borrando las voces y experiencias de las personas mayores de nuestras pantallas y de nuestras conversaciones cotidianas (UNFPA, 2023; OPS, 2022).

Las consecuencias de este vacío son tangibles. Perdemos la chance de educar a la población sobre lo que implica vivir con demencia, tanto para quien la padece como para su entorno. Se dificulta la construcción de empatía social, dejamos pasar la posibilidad de reconocer que la memoria individual y compartida forma parte esencial de quiénes somos como sociedad. Todo esto termina aislando aún más a los pacientes y a quienes los cuidan, desaprovecha el enorme potencial que tienen el arte y la tecnología para tender puentes entre generaciones para promover la inclusión.

Aunque este proyecto dialoga con varios objetivos globales de desarrollo. Por un lado, conecta con el **ODS 3** (Salud y bienestar), porque visibilizar el Alzheimer ayuda a promover conversaciones sobre salud mental y apoyo comunitario. También se vincula con el **ODS 4** (Educación de calidad), ya que propone formas de aprendizaje emocional y diálogo entre generaciones a través de experiencias que combinan arte y tecnología. Finalmente, se relaciona con el **ODS 11** (Ciudades y comunidades sostenibles), porque fortalece la memoria colectiva y el patrimonio cultural, integrando la vejez como parte fundamental de nuestra identidad compartida (ONU, 2015).

2.2 Población beneficiaria

El proyecto identifica tres grupos poblacionales principales como beneficiarios directos e indirectos, cuya articulación garantiza el impacto social y la sostenibilidad de la propuesta.

Beneficiarios directos primarios: Familiares y cuidadores de personas con Alzheimer.

El proyecto está dirigido principalmente a familiares y cuidadores de personas adultas mayores con Alzheimer u otras demencias, quienes requieren apoyo emocional, información especializada y herramientas culturales para comprender mejor la enfermedad y acompañar dignamente a sus seres queridos. En el Perú se estima que más de 200,000 adultos mayores viven con Alzheimer, lo que implica un número considerable de familias que enfrentan las complejas demandas de cuidado y las dificultades de adaptación que esta condición conlleva (MINSA, 2024).

La evidencia científica demuestra que el Alzheimer no solo afecta al paciente, sino que repercute significativamente en la salud mental, la estabilidad económica y la calidad de vida de los cuidadores y de todo el entorno familiar, generando altos niveles de sobrecarga física y estrés emocional (OMS, 2021). Este grupo constituye el núcleo central de la intervención, al ser quienes experimentan de manera cotidiana los desafíos asociados a la enfermedad.

Beneficiarios directos secundarios: Adultos jóvenes y de mediana edad

El proyecto también se orienta a adultos jóvenes y de mediana edad (aproximadamente entre 20 y 50 años) que, aun sin tener un familiar directo con la enfermedad, constituyen la próxima generación de cuidadores y tomadores de decisiones en sus familias y comunidades. Sensibilizar a este grupo es fundamental para crear una cultura de empatía, prevención y preparación social frente al progresivo envejecimiento de la población peruana: las proyecciones demográficas indican que para 2050, uno de cada cinco peruanos tendrá 60 años o más (UNFPA, 2023).

La incorporación de este segmento poblacional responde a una estrategia preventiva y educativa de largo plazo, que busca transformar las percepciones culturales sobre el envejecimiento y las enfermedades neurodegenerativas antes de que estos individuos enfrenten directamente la experiencia del cuidado.

Beneficiarios indirectos: Profesionales y estudiantes de áreas afines

De manera complementaria, el proyecto beneficia a profesionales y estudiantes de diversas áreas como salud, artes, comunicaciones y ciencias sociales, al ofrecerles experiencias artísticas y transmedia que amplían su comprensión de la vejez y de las enfermedades

neurodegenerativas. Esta aproximación interdisciplinaria fomenta el diálogo entre campos de conocimiento tradicionalmente separados y contribuye a la construcción de políticas públicas y programas culturales más inclusivos e informados (UNESCO, 2021).

Con ello, la propuesta contribuye a fortalecer las redes de apoyo comunitario, impulsar la formación de recursos humanos sensibilizados en la materia y promover una visión más solidaria, informada y culturalmente situada frente al desafío que representa el Alzheimer en la sociedad peruana contemporánea.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo general

Desarrollar un proyecto transmedia sensorial y culturalmente simbólico que aborde los efectos emocionales del Alzheimer desde una perspectiva poética y empática, para generar conciencia, reflexión y conexión emocional con el espectador.

2.3.1 Objetivos específicos

-Buscar sensibilizar a la sociedad peruana sobre el impacto del Alzheimer y otras demencias mediante la creación de contenidos audiovisuales y transmedia.

-Preservar y revalorizar la memoria colectiva y las tradiciones culturales desarrollando experiencias artísticas.

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes de la Innovación

Antecedentes Nacionales

En el contexto de las producciones audiovisuales peruanas, se observa una carencia significativa de películas o series que abordan el Alzheimer y la demencia desde perspectivas culturales específicas. No obstante, existen precedentes fundamentales que han explorado temáticas relacionadas, particularmente la ancianidad y el deterioro.

Existen otros proyectos que abordan el Alzheimer en el Perú, pero no desde lo audiovisual: campañas de concientización del Ministerio de Salud (MINSA), talleres de memoria en centros geriátricos como “Años Dorados” o “Casa de la Memoria”, iniciativas de la Asociación Peruana de Enfermedad de Alzheimer y otras Demencias (APEAD) con enfoque educativo y de apoyo, y programas de musicoterapia en el Instituto Nacional de Ciencias

Neurológicas. Estos proyectos trabajan la enfermedad desde perspectivas clínicas, terapéuticas o de concientización, pero carecen del componente narrativo audiovisual con enfoque cultural.

En cuanto a producciones audiovisuales relacionadas a nuestro proyecto podemos encontrar producciones como:

Wiñaypacha (2017) constituye el antecedente más relevante para la presente investigación. Dirigida por Óscar Catacora, esta película representa la primera producción peruana rodada íntegramente en lengua aimara. Según Mamani-Quispe (2018), la obra "aborda temas muy sensibles como la ancianidad, la soledad o el abandono, poniendo en escena no solo una problemática mundial sino que también convoca discusiones sobre malestares nacionales". Esta producción establece un precedente significativo en la representación cinematográfica de la vejez en el contexto peruano.

El corazón de la luna (2021), película peruana de los géneros drama y ciencia ficción dirigida por Aldo Salvini y protagonizada por Haydeé Cáceres, narra la historia de M, una anciana sin hogar a quien un día se le aparece un ángel mecánico que transformará su vida. El filme explora "un mundo de recuerdos nostálgicos, de una presencia oscura y endemoniada que no la deja acceder a la felicidad", presentando una representación no estigmatizante de los procesos mentales complejos asociados con la ancianidad.

Antecedentes Internacionales

A nivel internacional, también existen diversos proyectos que abordan el Alzheimer desde perspectivas no audiovisuales narrativas. Entre estos destacan: "Music & Memory" (Estados Unidos), programa de musicoterapia para personas con demencia; "Tovertafel" (Países Bajos), sistema de juegos de proyección interactiva para estimulación cognitiva; "The Alzheimer's Project" (HBO, 2009), serie documental; aplicaciones móviles como "Lumosity" o "CogniFit" para entrenamiento cognitivo; "Dementia Friends" (Reino Unido), campaña de sensibilización social; obras de teatro como "Siete minutos"; exposiciones fotográficas documentales sobre cuidadores; y proyectos de arteterapia en residencias geriátricas europeas. Estos proyectos trabajan la enfermedad desde enfoques clínicos, terapéuticos, tecnológicos o de concientización, pero no desde producciones audiovisuales narrativas con componente cultural.

El primer registro cinematográfico relevante se remonta a la década de 1980. Según Martínez-Hernández (2020), una de las primeras películas que abordan la demencia es “En el estanque dorado” (1981) de Mark Rydell, donde, aunque no se menciona explícitamente, se retrata un inicio de Alzheimer.

En el contexto latinoamericano, el cortometraje ha demostrado ser un formato particularmente efectivo para abordar temáticas de salud mental. Como señala García-López (2019), iniciativas como “Viaje a los recuerdos”, organizadas por plataformas sin ánimo de lucro, demuestran la utilidad del cortometraje tanto como herramienta de entretenimiento como pedagógica y educativa. Asimismo, producciones como “E-ALZ: Error de memoria” representan ejemplos creativos que buscan generar conciencia sobre la enfermedad del Alzheimer mediante técnicas de animación innovadoras.

La evolución narrativa contemporánea en este campo se caracteriza por aproximaciones más complejas y sofisticadas al fenómeno. Rodríguez-Santos (2021) analiza cómo producciones recientes como “El padre” (2020) logran sumergir al espectador “en la mente irracional de un hombre octogenario con pérdida de memoria, poniendo al espectador en un estado de confusión entre la realidad y las creaciones que parten de su demencia”. Esta aproximación narrativa representa un avance significativo en la representación cinematográfica de las experiencias subjetivas asociadas con el deterioro cognitivo.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El público objetivo de Qanwan está compuesto por: Usuarios emocionales (vivenciales): personas mayores, familiares y cuidadores que experimentan o acompañan el proceso del Alzheimer y buscan contenidos que validen su vivencia desde una mirada artística y empática y Usuarios reflexivos (sociales y culturales): jóvenes y adultos interesados en el cine con enfoque humanista, en la narrativa sensorial y en temas de salud emocional y memoria colectiva.

Conozcamos a Rosa Martínez, una mujer de 45 años que vive en Lima, Perú, específicamente en el distrito de San Miguel. Ella trabaja como profesora de arte en una institución educativa pública y pertenece a un nivel socioeconómico medio. En su hogar vive junto a su madre, doña Elvira, de 74 años, diagnosticada con Alzheimer hace tres años. Rosa ha asumido el rol

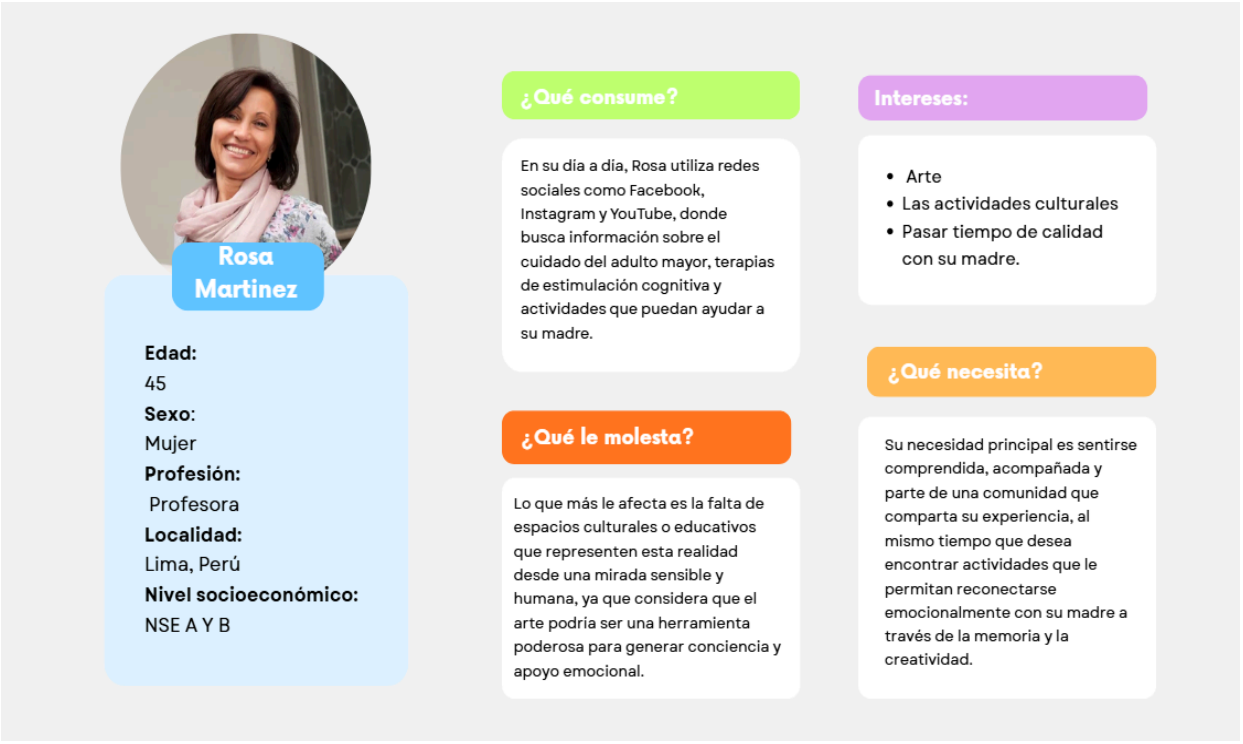
de cuidadora principal, lo que ha transformado profundamente su rutina diaria y su bienestar emocional.

En su día a día, Rosa utiliza redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube, donde busca información sobre el cuidado del adulto mayor, terapias de estimulación cognitiva y actividades que puedan ayudar a su madre. Le interesa el arte, la lectura y las actividades culturales, pero suele experimentar sentimientos de agotamiento, tristeza y frustración al enfrentarse a la falta de comprensión social hacia las personas que viven con Alzheimer.

Lo que más le afecta es la falta de espacios culturales o educativos que representen esta realidad desde una mirada sensible y humana, ya que considera que el arte podría ser una herramienta poderosa para generar conciencia y apoyo emocional. Su necesidad principal es sentirse comprendida, acompañada y parte de una comunidad que comparta su experiencia, al mismo tiempo que desea encontrar actividades que le permitan reconectarse emocionalmente con su madre a través de la memoria y la creatividad.

Figura 1

Arquetipo de Usuario



Nota. Elaboración propia

Figura 2

Mapa de empatía



Nota. Elaboración propia

2.5.2 Información sobre el Mercado

Según la Organización Mundial de la Salud (2021), más de 55 millones de personas viven con demencia en el mundo, siendo el Alzheimer la forma más común, representando entre el 60 % y 70 % de los casos. En el Perú, el Ministerio de Salud (2024) estima que más de 200 mil adultos mayores padecen esta enfermedad, cifra que se incrementará en los próximos años debido al envejecimiento poblacional. A pesar de esta realidad, las producciones audiovisuales o artísticas que abordan esta problemática siguen siendo escasas, pues la mayor parte del contenido cinematográfico nacional se centra en temas históricos, políticos o de violencia social.

Esta situación evidencia un vacío cultural y comunicativo que impide el desarrollo de proyectos que, a través del arte, fomenten la empatía, la educación emocional y el diálogo

intergeneracional. Además, en el contexto actual, los temas de salud mental, envejecimiento y memoria han empezado a adquirir mayor relevancia en los medios y las plataformas digitales, lo que representa una oportunidad para la creación de productos audiovisuales y transmedia como Qanwan, enfocados en la sensibilización social desde la narrativa cultural.

En el Perú existen algunas instituciones y proyectos que trabajan con la temática del Alzheimer o con campañas de salud mental, pero ninguno combina arte, tecnología inmersiva y memoria colectiva como herramienta principal. A continuación, se identifican tres principales competidores o iniciativas relacionadas:

Tabla

Competidores

Organización / Proyecto	Sistema de Trabajo	Contacto y Alianzas Estratégicas	Reconocimiento / Alcance	Oportunidades
Asociación Peruana de Alzheimer y Otras Demencias (APEAD)	Realiza campañas de concientización, charlas y proyecciones audiovisuales. Desarrolló el corto animado *E-ALZ. Error de Memoria* para sensibilizar sobre el Alzheimer.	Presencia activa en medios y redes sociales; alianzas con voluntarios y medios locales.	Reconocida en Lima y a nivel nacional por su labor de difusión y apoyo familiar.	Posibilidad de colaboración con proyectos artísticos o transmedia para ampliar su impacto cultural.

Ministerio de Salud (MINSA)	Implementa campañas de prevención y orientación a cuidadores a través de la *Línea 113 Salud Mental*. Organiza actividades por el "Día Mundial del Alzheimer".	Colabora con EsSalud, medios públicos (TV Perú) y municipios locales.	Alta legitimidad institucional, alcance nacional y respaldo estatal.	Puede establecer alianzas con proyectos culturales para potenciar campañas educativas.
Proyecto documental "Persona Perpetua"	Producción audiovisual independiente sobre la vida de una persona con Alzheimer y su entorno familiar.	Exhibida en festivales de cine y circuitos culturales alternativos.	Alcance limitado, pero con impacto emocional en audiencias especializadas.	

Mercado Objetivo:

Qanwan está pensado para personas que buscan experiencias culturales con sentido. Hablamos de familiares y cuidadores de adultos mayores, profesionales de la salud, y jóvenes adultos interesados en la memoria, el arte y la salud mental. Son personas que valoran propuestas auténticas, que las hagan reflexionar y conectar emocionalmente.

El público central tiene entre 25 y 55 años, con formación universitaria o técnica. Muchos trabajan en áreas creativas, salud o educación, y comparten una sensibilidad social. Gran parte de ellos ha vivido de cerca el envejecimiento de un familiar, por lo que temas como la pérdida de memoria les tocan directamente.

Les atraen los formatos participativos como talleres, cine-foros, exposiciones interactivas, en donde puedan compartir historias y no solo observar. Consumen cultura tanto en espacios

físicos (centros culturales, galerías) como digitales, priorizando contenidos con propósito social.

En resumen: son personas que eligen con criterio, rechazan lo superficial, y buscan proyectos honestos que reflejen realidades humanas concretas. Además, cuando algo les conmueve, lo comparten y lo recomiendan, convirtiéndose en aliados clave para la difusión del proyecto.

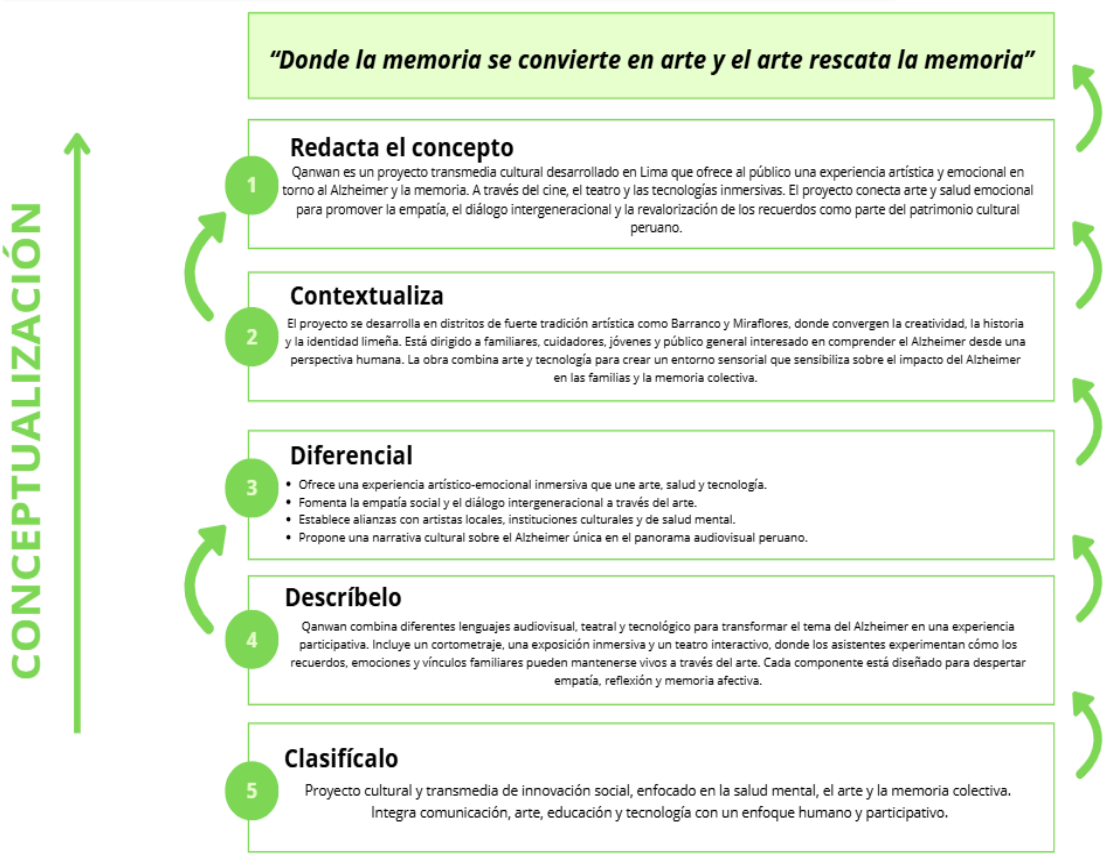
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Ruta para Conceptualizar

El camino hacia la conceptualización de Qanwan parte de la necesidad de convertir una problemática social y emocional el Alzheimer en una experiencia artística y comunicativa que despierte empatía, reflexión y memoria colectiva. Este proceso sigue un enfoque sistemático que transforma ideas iniciales en un proyecto cultural sólido, con coherencia narrativa y propósito social definido.

Figura 3

Ruta para conceptualizar



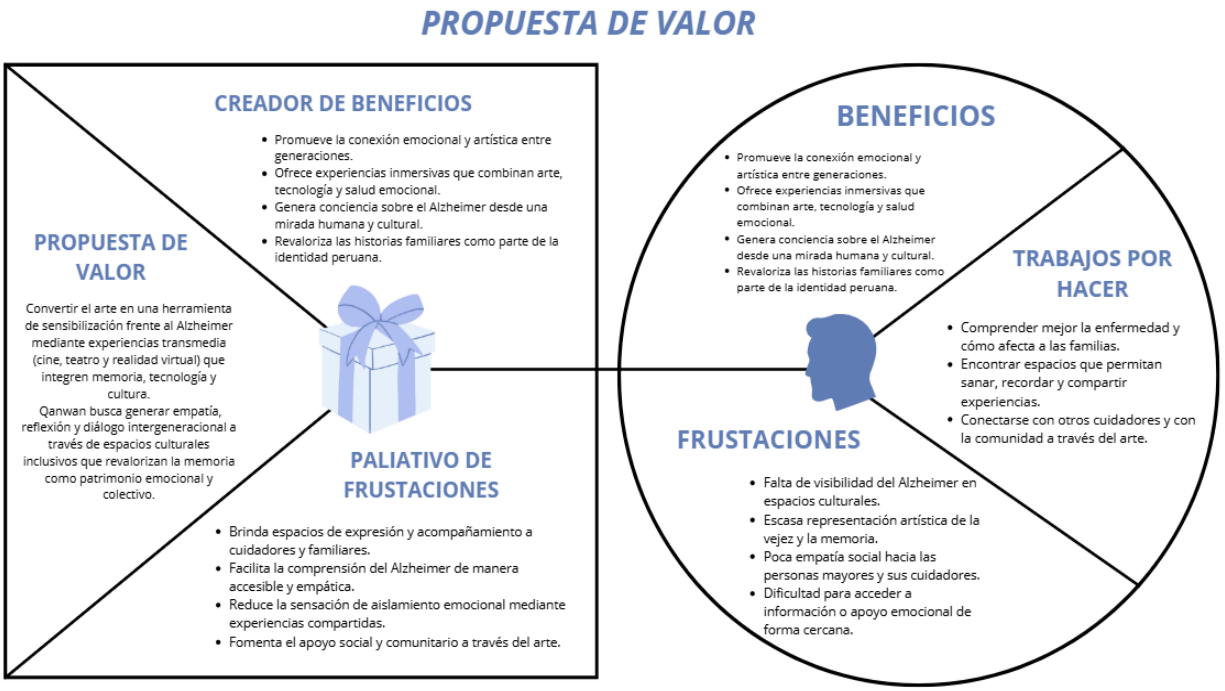
La ruta comienza con la indagación de la realidad de las personas mayores y sus familias en el Perú, identificando la carencia de representaciones culturales sobre el Alzheimer y la necesidad de nuevos lenguajes audiovisuales que conecten con las emociones humanas. Luego, se pasa a una fase de comprensión de los descubrimientos, donde se reconoce que la memoria no solo es un proceso biológico, sino también un espacio simbólico que define la identidad individual y colectiva. A partir de este hallazgo, se delimita al público objetivo: familiares, cuidadores y jóvenes sensibilizados con las temáticas de salud mental, envejecimiento y vínculos familiares.

Posteriormente, se identifican los insights clave: el arte puede ser un vehículo terapéutico, la tecnología puede facilitar la conexión emocional, y las narrativas transmedia pueden ampliar el impacto de un mensaje social más allá de una sola obra. Con estos fundamentos, la propuesta conceptual se consolida en torno a una idea central: recordar también es resistir al olvido, entendiendo la memoria como un acto de amor, identidad y humanidad.

Canvas Propuesta de Valor: Se trata de un instrumento de análisis estratégico que permite identificar y comprender de manera organizada la forma en que un producto o servicio aporta valor a un grupo específico de usuarios. Este modelo se estructura en dos componentes fundamentales: el perfil del cliente, que contempla las actividades que realiza, sus principales dificultades y los beneficios que espera obtener; y el mapa de valor, en el que se detallan los productos o servicios propuestos, así como los mecanismos destinados a reducir las frustraciones y potenciar los beneficios. La confrontación de ambos elementos permite determinar el grado de coherencia entre las necesidades del usuario y la propuesta planteada.

Figura 4

Propuesta de Valor

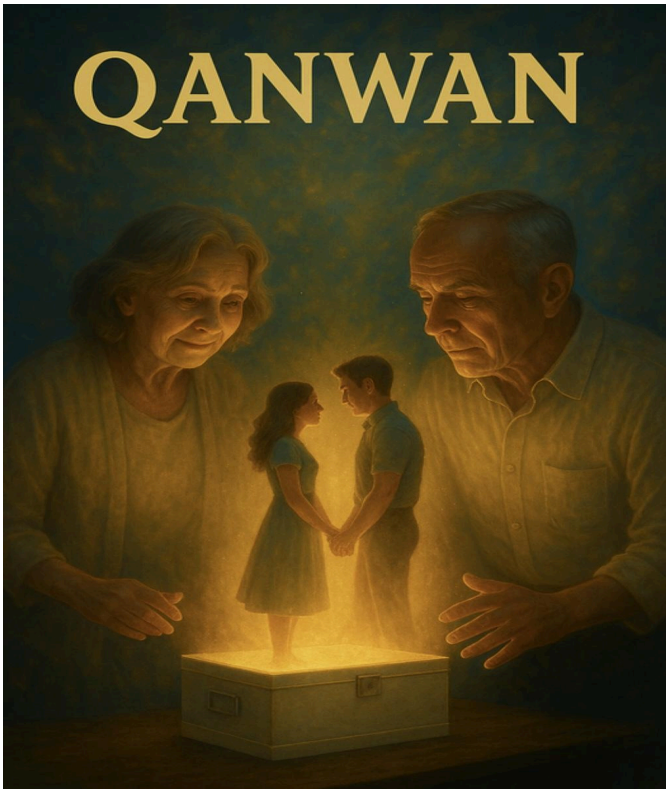


Nota. Elaboración Propia

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Figura 6

Propuesta de portada de troncal



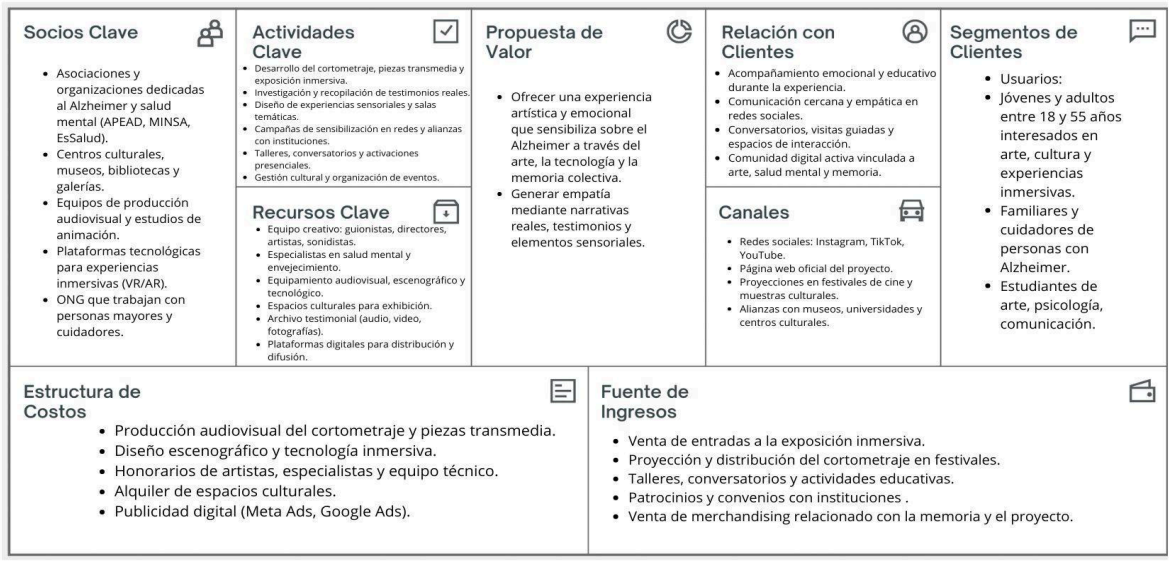
El universo de QANWAN no solo se despliega en el cortometraje, sino que se expande emocional y sensorialmente a través de experiencias transmedia, donde cada pieza muestra un aspecto único del mundo de Salvador y Donata. “La forma del recuerdo” es el diario íntimo de Donata disponible en formato físico, digital y audiolibro, que revela la Lima de los años 60 y 70 desde los ojos de una joven artista, narrando el cambio de hogar, los paseos por Barranco y el malecón, su boda, la llegada de su hijo y el inicio del Alzheimer, rescatando así la mirada femenina, la pérdida, el arte como refugio y el amor profundo, amplificando la voz de Donata antes y durante la enfermedad. “El cuarto de la memoria” es una exposición presencial con versión en realidad virtual que recrea espacios físicos cargados de historia como la sala, el dormitorio y los objetos cotidianos de la pareja, incorporando elementos mágicos mediante realidad aumentada donde los objetos se

deterioran lentamente reflejando el olvido, creando un universo sensorial con luces suaves, sonidos en 3D y fragmentos del cortometraje proyectados sobre los objetos, permitiendo al público "habitar" los recuerdos y entender el impacto de la memoria desde lo físico y emocional. Finalmente, "Historias que no envejecen" es un teatro interactivo con pantalla de envejecimiento que presenta un entorno minimalista pero simbólico una silla, un micrófono, una historia donde se narra el viaje migrante de Salvador desde Ayacucho a Lima desde la perspectiva de su mejor amigo, invitando al público a participar compartiendo sus propias historias para crear un archivo emocional colectivo que mantiene viva la cultura y la memoria intergeneracional.

2.5.5 Modelo de Negocio

Figura 6

Canva Modelo de Negocio



Nota. Elaboración Propia

Qanwan es un modelo de negocio cultural y creativo cuyo propósito es posicionar al Perú como referente en la difusión artística y la sensibilización social sobre el Alzheimer. El proyecto se plantea como una plataforma transmedia que integra cortometraje, exposición inmersiva, experiencias sensoriales y contenidos educativos, articulando arte, memoria y comunidad para promover empatía y reflexión colectiva. Dirigido a públicos diversos como jóvenes, adultos, cuidadores y comunidades culturales, Qanwan se diferencia por su

capacidad de generar un puente afectivo entre la audiencia y la realidad de las personas con Alzheimer, utilizando el arte como medio para comprender la memoria y la pérdida.

Sus características distintivas se fundamentan en la experiencia emocional profunda, el enfoque educativo humanizado y la integración de tecnologías inmersivas que transforman al espectador en participante activo. La propuesta no se limita a presentar una obra artística, sino que ofrece un recorrido sensorial completo que combina testimonios reales, sonidos, imágenes y espacios participativos, permitiendo al público experimentar de manera vivencial las dimensiones de la memoria y su fragilidad.

La propuesta contempla acciones estratégicas que incluyen la creación del guion transmedia, el diseño de la experiencia inmersiva, la curaduría de contenidos, la producción audiovisual y la ejecución de campañas digitales de sensibilización. Para su implementación, el proyecto requiere recursos especializados en arte digital, producción audiovisual, salud mental, narrativa cultural y diseño sensorial, así como alianzas estratégicas con instituciones culturales, centros de salud, organizaciones dedicadas al Alzheimer y artistas emergentes, garantizando veracidad, calidad estética y alto impacto emocional.

La relación con el público se construye mediante una comunicación cercana y empática, fomentando la interacción constante a través de redes sociales, conversatorios, visitas guiadas y actividades educativas que permiten al espectador compartir experiencias y participar activamente. Los canales de difusión incluyen plataformas digitales como Instagram, TikTok y YouTube, así como la participación en festivales de cine, muestras artísticas, universidades, ferias culturales y colaboraciones con microinfluencers enfocados en arte, salud mental y cultura.

De este modo, Qanwan aspira a consolidarse como un espacio seguro para el diálogo sobre memoria, vejez y salud mental, construyendo una comunidad comprometida con la valoración de la identidad colectiva y el acompañamiento a quienes enfrentan el Alzheimer.

2.5.6 Resultados esperados

Queremos que Qanwan se convierta en un referente cultural que incorpore arte, tecnología y memoria de una forma distinta a lo que existe en Perú. La propuesta combina cine, teatro y

experiencias inmersivas para crear algo que vaya más allá del entretenimiento: una experiencia que invite a sentir y reflexionar sobre el Alzheimer desde la empatía, sin dramatismos innecesarios.

Vamos a trabajar con centros culturales, universidades y organizaciones de salud para ampliar el alcance y organizar actividades conjuntas: talleres, conversatorios, proyecciones. La idea es integrarnos al ecosistema cultural del país y generar diálogo entre generaciones.

Como resultado: que más personas vean el arte como herramienta de cambio social, que se hable del Alzheimer con más naturalidad y menos estigma; por último, que Qanwan se sostenga como una propuesta cultural seria y duradera, generando un espacio transformador donde la memoria se vuelva algo cercano, humano y compartido.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Para validar y comunicar el concepto del proyecto, se elaboró un videopitch del prototipo que funcionó como herramienta de presentación integral. En este material audiovisual se explica de manera detallada el proceso de desarrollo seguido, los objetivos y propósito del proyecto, así como el viaje del usuario que describe los diferentes puntos de contacto y experiencias clave en la interacción con la solución propuesta. Además, se define y caracteriza el público objetivo, especificando sus características demográficas, necesidades y comportamientos, lo que permite una mejor comprensión del contexto de uso. El videopitch también incluye los principales desafíos identificados durante el proceso de investigación, las soluciones implementadas para abordarlos, y el valor agregado que aporta el proyecto.

De esta manera, el material consolida los hallazgos de la investigación previa y presenta una propuesta clara y persuasiva del proyecto.

Link del prototipo:
https://youtu.be/okkM_EafK1U

Figura 7

Monólogo “Historias que no envejecen”



Figura 8

Libro “La forma del recuerdo”



Guion piloto de libro “La forma del recuerdo”:

Capítulo 1: Un nuevo comienzo

Figura 9

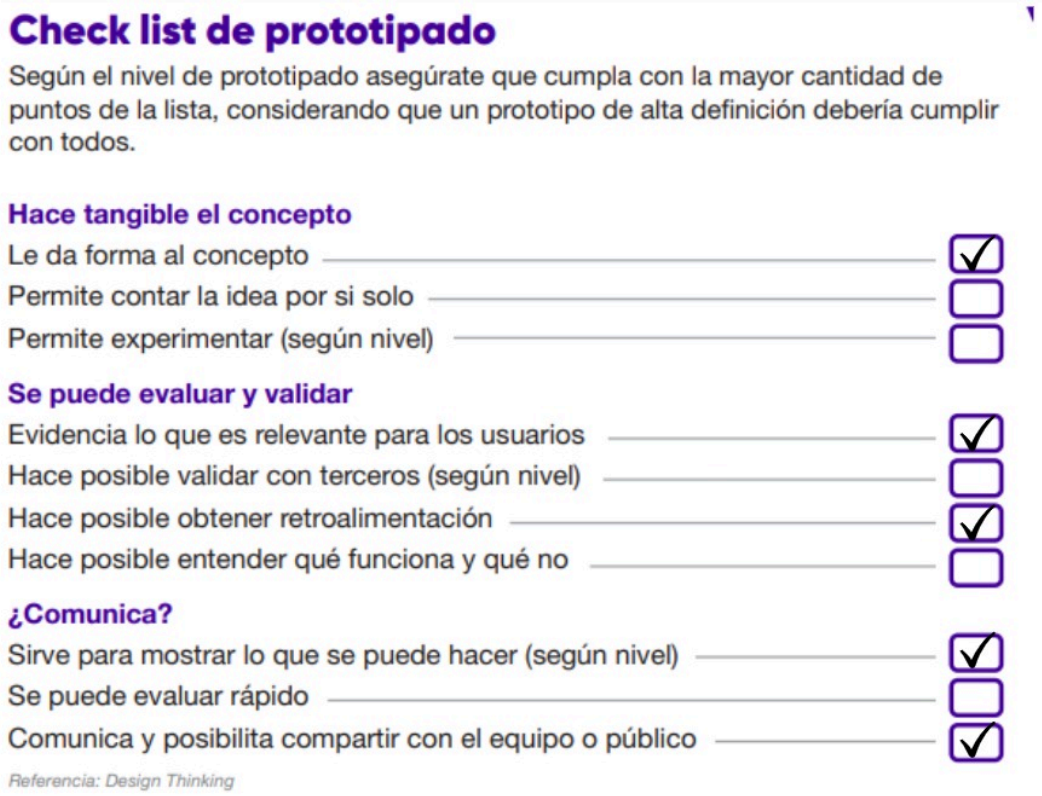
Experiencia inmersiva “El cuarto de la memoria¨



Checklist de prototipos representa una herramienta práctica que facilita la revisión y confirmación de las características de un prototipo. Se estructura como un conjunto ordenado de elementos fundamentales que resultan necesarios considerar durante el proceso de desarrollo. A través de este instrumento, resulta posible analizar de manera ordenada diversos componentes relevantes, entre ellos: cómo opera el diseño, qué tan intuitivo resulta para los usuarios, la coherencia en los elementos visuales, la comprensión que tiene el usuario al interactuar con él, y si cumple con las metas establecidas inicialmente en el proyecto.

Figura 10

Check List del Prototipado



Nota. *Referencia de Design Thinking*

2.5.8 Experimentos

Tabla 3

Porcentajes de encuesta

PREGUNTA	RESULTADOS (%)
Rango de edad	41–60 años (46.4%) · 18–25 años (35.7%) · 25–40 años (10.7%) · Otros (7.2%)
Conocimiento sobre Alzheimer u otras demencias	Sí (93%) · Poco / No (7%)
Interés en experiencias artísticas sobre memoria y envejecimiento	Alto (74%) · Medio (23%) · Bajo (3%)
Importancia del arte como herramienta de reflexión social y emocional	Muy importante (61%) · Importante (32%) · Poco importante (7%)
Disposición a participar en una experiencia artística/transmedia	Sí (71%) · Tal vez (26%) · No (3%)
Relevancia del tema memoria y envejecimiento para la sociedad	Muy relevante (68%) · Relevante (29%) · Poco relevante (3%)

Nota. *Elaboración propia*

Se realizó una encuesta de validación compuesta por quince preguntas diseñadas para recopilar información sobre la percepción del público objetivo respecto a experiencias artísticas relacionadas con el Alzheimer, la memoria y el envejecimiento. La encuesta se distribuyó a 31 usuarios entre el 4 y el 13 de noviembre de 2025, abarcando diferentes rangos etarios, siendo los más representados entre 18–25 años y 41–60 años. Las preguntas combinaban formatos cerrados y abiertos, permitiendo capturar tanto datos cuantitativos sobre intereses y comportamientos culturales, como respuestas cualitativas sobre motivaciones personales y reflexiones sobre el tema.

Mediante esta herramienta se buscaba validar varios aspectos clave del proyecto: el interés del público en participar en experiencias artísticas sobre memoria y Alzheimer, sus preferencias de formato (teatro interactivo, realidad virtual, exposición inmersiva, entre otros), la disposición a pagar por la experiencia, y el nivel de conocimiento previo sobre

estas temáticas. Asimismo, se indagó sobre la frecuencia de asistencia a espacios culturales, los lugares que frecuentan, y cómo perciben el rol del arte en la sensibilización sobre enfermedades neurodegenerativas.

Los resultados obtenidos revelaron información valiosa sobre el público objetivo, permitiendo identificar que la mayoría de los encuestados está interesado en participar en experiencias artísticas innovadoras sobre el tema, con preferencia por formatos inmersivos y educativos. Adicionalmente, se obtuvieron insights sobre los enfoques más efectivos (sensibilización y empatía vs. educación preventiva), los espacios donde el público busca experiencias culturales, y su disposición económica. Esta retroalimentación fue fundamental para definir características del prototipo, ajustar el mensaje del proyecto y priorizar los elementos que generarían mayor impacto en la audiencia.

El tablero UX constituye un recurso estratégico utilizado para estructurar, representar gráficamente y examinar los diversos componentes que forman parte de cómo los usuarios viven su experiencia. Mediante esta herramienta, se logra esquematizar de forma ordenada aspectos como lo que requiere el público meta, qué los impulsa a actuar, cuáles son los obstáculos que encuentran, y de qué manera se comportan cuando interactúan con determinado producto o servicio.

Figura 11

Tablero UX

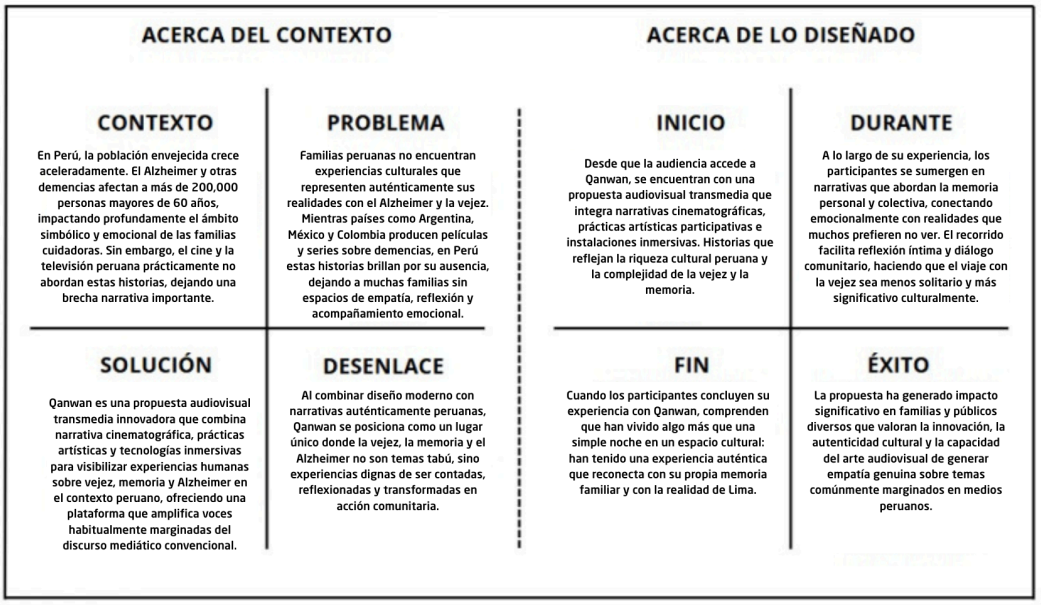


Tabla Receptora: Permite recopilar y organizar la información obtenida a partir de actividades de observación, entrevistas o testeo con usuarios. A través de este recurso, se pueden clasificar de manera clara y sistemática los comentarios, comportamientos, sugerencias o reacciones de los participantes frente al prototipo o propuesta evaluada.

Figura 12

Tabla Receptora



Nota. Elaboración Propia

Mediante este esquema se llevó a cabo un examen fundamentado en los datos de la encuesta, lo cual posibilitó reconocer los aspectos positivos, las observaciones críticas, las interrogantes y las propuestas innovadoras respecto al proyecto Qanwan.

Entre los elementos favorables, resalta que los participantes aprecian el tratamiento del Alzheimer a través de expresiones artísticas y demuestran curiosidad por modalidades como el filme breve y la muestra envolvente. De igual manera, una considerable porción de los consultados visita regularmente recintos culturales tales como cinematógrafos, teatros y galerías, circunstancia que beneficia la aceptación de la iniciativa.

En cuanto a las observaciones, ciertos participantes indican que persiste cierta confusión sobre la forma en que la iniciativa contribuirá a profundizar la comprensión del Alzheimer, mientras que otros manifiestan que los datos proporcionados resultan insuficientes para evaluar su verdadero alcance. Igualmente, se detecta la demanda de explicaciones más precisas acerca de las ventajas que ofrece la vivencia.

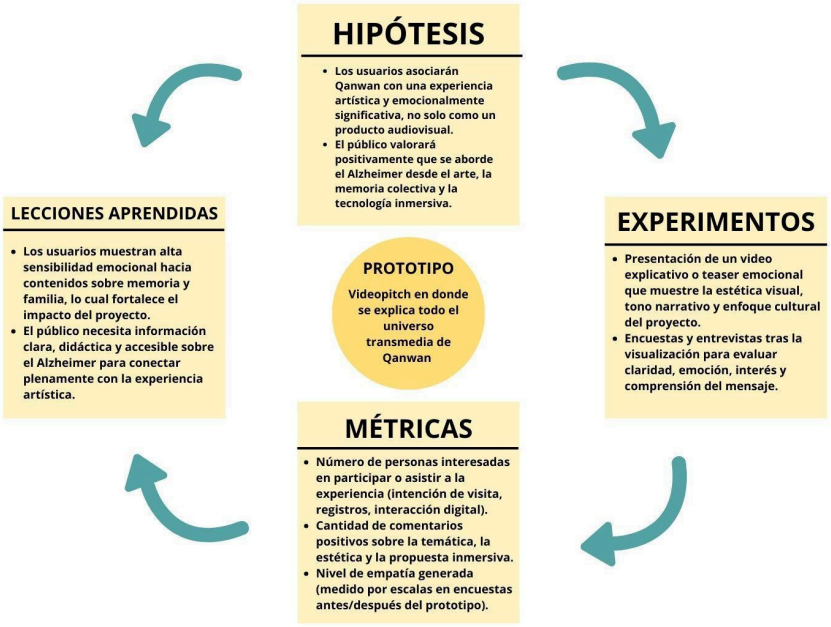
Las interrogantes más frecuentes giran en torno al propósito específico de la propuesta, su capacidad de adaptación para el público de edad avanzada y el modo en que se fusionará el componente pedagógico con el creativo.

Por último, emergieron propuestas novedosas tales como integrar relatos auténticos de personas afectadas, desarrollar dinámicas participativas, habilitar zonas para la meditación y adicionar recursos informativos que enriquezcan la vivencia. Estas recomendaciones reflejan el deseo de contar con una propuesta más colaborativa y con mayor carga emocional.

Experimentación Ágil: Es una metodología es un enfoque que prioriza la comprobación temprana y constante de ideas, con el fin de perfeccionar un producto o servicio a partir de la retroalimentación real de los usuarios. A diferencia de los métodos tradicionales, que suelen seguir procesos lineales y poco flexibles, esta metodología trabaja mediante ciclos cortos y adaptables. En cada uno de ellos se formulan supuestos, se elaboran prototipos y se aplican pruebas o dinámicas específicas que permiten obtener evidencia directa para orientar las siguientes decisiones de diseño y desarrollo.

Figura 13

Experimentación Ágil



Nota. Elaboración Propia

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La finalidad central de esta investigación consiste en diseñar y estructurar Qanwan como una iniciativa artística de carácter transmediático orientada a generar conciencia sobre la enfermedad de Alzheimer, mediante la incorporación de relatos culturales, evocaciones afectivas vinculadas a la memoria y vivencias sensoriales que faciliten a los participantes establecer una conexión significativa con la identidad nacional y la situación de la población adulta mayor. Dentro de este contexto, se desarrolla una propuesta que articula expresiones del arte actual, elementos sonoros, relatos testimoniales y recursos tecnológicos de inmersión, buscando impulsar una meditación profunda acerca de la memoria, el proceso de envejecimiento y las relaciones intrafamiliares.

Con la intención de cumplir este cometido, se llevó a cabo una investigación enfocada en identificar las demandas, interpretaciones y aspiraciones de los usuarios atraídos por

manifestaciones culturales, junto con el efecto emotivo que producen las iniciativas audiovisuales y sensoriales enfocadas en temáticas de salud mental. Sobre la base de esta exploración, se formula un esquema de intervención que articula una pieza audiovisual de formato breve, una muestra inmersiva y un elemento de carácter pedagógico, estableciendo además vínculos colaborativos con expertos en el área, entidades sanitarias y creadores locales para reforzar tanto la autenticidad como la delicadeza del discurso presentado.

El segmento de público al cual se dirige esta iniciativa comprende a jóvenes y adultos con interés en manifestaciones artísticas, parientes y personas a cargo del cuidado de quienes padecen Alzheimer, además de audiencias que demandan experiencias culturales de carácter transformador que superen las formas convencionales de entretenimiento. Respecto al enfoque metodológico, se implementaron recursos como la observación directa, instrumentos de consulta, diálogos con usuarios potenciales y maquetas audiovisuales, lo cual posibilitó contrastar suposiciones relacionadas con la empatía suscitada, la comprensibilidad del relato y la repercusión emocional de la propuesta.

Descripción de la solución Innovadora

El aporte distintivo de Qanwan se enfoca en brindar a personas jóvenes y adultas comprendidas entre los 18 y 55 años de edad una vivencia de carácter artístico e inmersivo dirigida a generar conciencia acerca del Alzheimer a través de construcciones narrativas de índole cultural y afectiva. El perfil de usuario reconocido demanda iniciativas que integren contenido con sentido profundo, elementos propios de la identidad territorial y una perspectiva humanizada, ante la escasa disponibilidad de obras que traten esta patología desde enfoques sensoriales o vinculados al ámbito cultural.

Ante estas necesidades identificadas, Qanwan se configura como una propuesta de naturaleza transmediática que articula manifestaciones del arte contemporáneo, evocaciones ligadas a la memoria emocional y herramientas tecnológicas de inmersión.

A partir de ello, se plantea una experiencia enriquecedora que conjuga la expresión cultural, la participación de la comunidad y la reflexión de naturaleza emocional, impulsando un nivel superior de conciencia respecto a la relevancia de la memoria, el proceso de envejecimiento y los lazos familiares dentro de la construcción de la identidad colectiva.

Modelo de negocio

El modelo económico de Qanwan se orienta hacia personas jóvenes y adultas que reconocen el valor del arte, la memoria compartida y la meditación en torno a problemáticas sociales. Se fundamenta en una táctica de alcance digital que contempla el uso de plataformas sociales, la promoción en espacios dedicados a la cultura, el establecimiento de vínculos con generadores de contenido y la participación en canales especializados en expresiones artísticas y cinematografía independiente. El vínculo con el público se edifica a través de vivencias de carácter participativo, materiales de naturaleza pedagógica y una construcción narrativa de tono emocional que refuerza el nexo con la problemática del Alzheimer.

Los recursos económicos se obtendrán mediante presentaciones expositivas, cooperaciones con entidades institucionales, actividades de índole vivencial, comercialización de productos artísticos y eventuales asociaciones con iniciativas vinculadas a los sectores de salud y cultura. Entre las labores esenciales se identifican la selección y organización del contenido, el desarrollo de propuestas transmediáticas, la planificación visual, la realización audiovisual y la evaluación del impacto tanto emocional como social.

Los elementos fundamentales comprenden al conjunto creativo, instrumentos de carácter tecnológico y canales de difusión. Dentro de los colaboradores estratégicos se consideran organizaciones culturales, agrupaciones enfocadas en el Alzheimer y recintos destinados a la exhibición. Los egresos se concentrarán en la realización audiovisual, la administración de eventos y las estrategias digitales de difusión, garantizando así la continuidad y viabilidad del proyecto.

Sostenibilidad del proyecto

El proyecto adopta el enfoque de triple balance, integrando lo social, ambiental y económico dentro de su propuesta hotelera.

Social:

Qanwan se configura como un espacio cultural que impulsa la memoria, las expresiones artísticas y la comprensión intergeneracional. A través de vivencias sensoriales, dinámicas participativas y una narrativa centrada en el Alzheimer, la iniciativa genera oportunidades para creadores, cuidadores y colectivos vinculados a la salud mental, fortaleciendo la sensibilidad comunitaria y la formación emocional.

Ambiental:

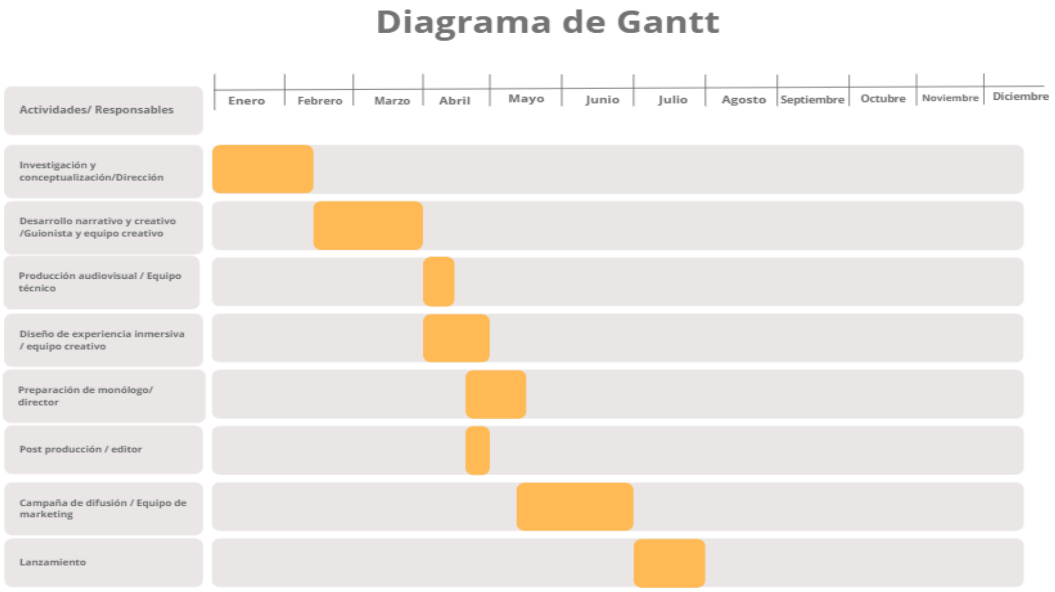
La propuesta incorpora una perspectiva de responsabilidad mediante recursos sostenibles en sus instalaciones y procesos de producción. Se priorizan componentes reutilizados, iluminación eficiente y metodologías que eviten plásticos de un solo uso, procurando disminuir su huella ambiental e impulsar una consciencia ecológica coherente con su visión cultural.

Económico:

El esquema económico articula arte, contenido formativo y experiencias transmediáticas. Los recursos se generan mediante exhibiciones, actividades inmersivas, asociaciones institucionales y comercialización de material artístico y educativo. Esta diversificación garantiza una administración estable y perdurable, consolidando su valor como iniciativa cultural con propósito definido.

Tabla 1

Diagrama de Gantt



Nota. Elaboración Propia

Este gráfico representa la planificación de actividades clave del proyecto Qanwan a lo largo de un periodo de doce meses, organizando las fases esenciales desde la investigación inicial hasta el lanzamiento final. El cronograma inicia con la etapa de investigación y conceptualización, que se desarrolla entre enero y febrero, sentando las bases creativas y temáticas del proyecto. Posteriormente, entre febrero y abril, se lleva a cabo el desarrollo narrativo y creativo, donde el equipo define la historia, los guiones y las líneas estéticas de la propuesta.

En los meses de marzo y abril se ejecutan las labores de producción audiovisual, seguidas por el diseño de la experiencia inmersiva, que se extiende entre abril y mayo. De forma paralela, se realiza la preparación actoral y de dirección, finalizando en mayo. Durante junio, el proyecto avanza hacia la fase de postproducción, donde se consolidan los materiales audiovisuales finales. Finalmente, desde julio hasta septiembre, se desarrolla la campaña de difusión y marketing, culminando con el lanzamiento oficial en octubre.

En conjunto, este cronograma permite visualizar una organización clara y secuencial del trabajo anual, asegurando que cada etapa cuente con el tiempo necesario para su ejecución y que los recursos humanos, técnicos y creativos se integren de manera eficiente en el avance general del proyecto.

Recursos Necesarios

Recursos humanos:

• Investigadores y consultores especializados en memoria, envejecimiento y salud mental.
• Guionistas, realizadores y estrategas narrativos para el desarrollo del contenido audiovisual y transmedia.
• Diseñadores de experiencias inmersivas y equipos creativos multidisciplinarios.
• Diseñadores gráficos, ilustradores y creadores de contenido audiovisual para el cortometraje y la instalación sensorial.

• Community managers, gestores de contenido y redactores para la comunicación digital.
• Analistas de datos para medir el impacto emocional, el rendimiento de la campaña y la interacción del público.
• Coordinadores de alianzas con instituciones culturales, especialistas en Alzheimer e iniciativas comunitarias.

Recursos materiales:

• Documentación base del proyecto (guion, investigación, historia, objetivos, moodboards y referencias visuales).
• Manual de identidad visual y lineamientos gráficos para el proyecto transmedia.
• Equipos y material audiovisual para grabaciones y producción (cámaras, micrófonos, iluminación).
• Espacios físicos para grabaciones, entrevistas, montaje de la instalación y actividades de sensibilización.
• Material impreso o promocional para difusión (afiches, folletos, piezas informativas y merchandising cultural).
• Elementos sensoriales para la exposición inmersiva (utilería, elementos sonoros, dispositivos interactivos).

Recursos tecnológicos:

• Herramientas de gestión y planificación del proyecto (Trello, Notion).
• Software de diseño, edición y postproducción (Adobe Premiere, After Effects, Photoshop, Illustrator, DaVinci Resolve).
• Plataformas de administración de contenido y pauta digital (Meta Business Suite, Google Ads, TikTok Ads, Metricool).
• Herramientas de análisis y medición (Google Analytics, Data Studio, Social Blade).
• Sistemas de gestión de comunidades y newsletters (MailChimp, Hubspot, Substack).
• Equipos y plataformas para experiencias inmersivas (proyectores, pantallas, realidad aumentada o sonido envolvente según el diseño final).

II. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El proyecto transmedia QANWAN requiere una inversión total de S/. 115,301.00 distribuidos estratégicamente a lo largo de 12 meses, con una concentración del 64.4% del presupuesto en los primeros 6 meses que abarcan las fases de desarrollo, producción y post-producción. La distribución por fases es la siguiente: pre-producción con S/. 21,626.00 (18.8% del total) durante los meses 1 y 2, seguida de la producción/filmación con S/. 29,769.00 (25.8%) concentrada en el mes 3, que representa el pico de inversión mensual e incluye todos los honorarios de actores principales por S/. 7,390.00 y el equipo técnico completo por S/. 12,850.00, además de logística especializada y servicios médicos por S/. 6,550.00. La post-producción y desarrollo de material transmedia absorbe S/. 44,928.00 (39.0% del total) entre los meses 4 al 6, incluyendo edición, colorización, VFX, diseño sonoro y música original, más el desarrollo paralelo del libro físico, la experiencia de realidad virtual y el diseño del teatro inmersivo, con la impresión de 500 libros a un costo de S/. 5,000.00 (S/. 10.00 por unidad) y el evento de premiere con 100 invitados por S/. 4,000.00. Finalmente, la fase de distribución y activaciones representa S/. 18,978.00 (16.5%) durante los meses 7 al 12, con eventos estratégicos que incluyen la exposición de arte transmedia por S/. 3,000.00, el performance de teatro inmersivo por S/. 2,500.00, el tour universitario por S/. 1,500.00 y proyecciones privadas corporativas. El presupuesto incluye contingencias mensuales que suman S/. 14,078.00 (12.2% del total) distribuidas proporcionalmente según el riesgo de cada fase, siendo el mes 3 de producción el que cuenta con la mayor reserva de S/. 2,979.00 para imprevistos de rodaje.

El proyecto proyecta generar ingresos totales de S/. 33,600.00 durante los 12 meses, iniciando la monetización en el mes 6 con el lanzamiento oficial y distribuidos en seis fuentes principales: la venta de libros representa S/. 15,300.00 (45.5% de los ingresos) con 340 unidades vendidas a S/. 45.00 cada una generando un margen bruto de 77.8% considerando el costo de producción de S/. 10.00 por unidad, con utilidad neta de S/. 11,900.00 en esta línea; los tickets de eventos generan S/. 4,500.00 (13.4%) divididos entre la exposición de arte con 200 entradas a S/. 15.00 y el teatro inmersivo con 50 tickets a S/. 30.00; las proyecciones privadas empresariales aportan S/. 3,600.00 (10.7%) con tres contratos de S/. 1,200.00 cada uno en los meses 10, 11 y 12; las experiencias de realidad virtual generan S/. 1,600.00 (4.8%) en dos activaciones; el licenciamiento a plataformas de streaming representa S/. 5,000.00 (14.9%) como pago único en el mes 12 por derechos de distribución digital durante dos años; y otros ingresos diversos suman S/. 3,600.00 (10.7%). La distribución temporal muestra que

los meses más rentables son el mes 12 con S/. 8,000.00 (23.8% de ingresos totales) impulsado por el licenciamiento, seguido del mes 9 con S/. 5,900.00 (17.6%) durante el teatro inmersivo que combina múltiples fuentes, y el mes 8 con S/. 5,250.00 (15.6%) durante la exposición de arte, mientras que los primeros cinco meses no generan ingresos al estar concentrados en la inversión inicial.

El análisis financiero muestra una pérdida neta proyectada de S/. -81,701.00 con una tasa de recuperación del 29.1% y un ROI de -70.8% en el primer año, donde el flujo de caja acumulado alcanza su punto más crítico en el mes 9 con -S/. 100,597.00 antes de mejorar ligeramente hacia el cierre en -S/. 101,701.00, lo que indica que el proyecto no alcanza el punto de equilibrio dentro de los 12 meses iniciales. Sin embargo, existen escenarios de optimización significativos: con co-financiamiento del 40% (S/. 46,120.00) la pérdida se reduciría a S/. -35,581.00 mejorando el ROI a -51.4%, mientras que implementando preventa de 200 libros adicionales se generarían S/. 9,000.00 extra, y combinando ambas estrategias la pérdida final sería de S/. -26,581.00 con ROI de -38.4%. Las recomendaciones estratégicas incluyen buscar co-financiamiento a través de fondos estatales como DAFO y el Ministerio de Cultura, e implementar crowdfunding con meta de S/. 30,000.00, conseguir 2-3 sponsors corporativos a S/. 8,000.00 cada uno, realizar preventa de 150 libros a S/. 40.00 generando S/. 6,000.00 anticipados, negociar anticipos de plataformas desde el mes 4 por S/. 2,500.00, expandir las proyecciones corporativas de 3 a 8 empresas añadiendo S/. 6,000.00 potenciales, y desarrollar merchandising adicional por S/. 3,000.00. En una proyección a 24 meses con ventas sostenidas estimando ingresos adicionales de S/. 55,000.00 en el segundo año, el balance final mejoraría a -S/. 26,701.00 con un ROI de -23.2%, lo que posiciona a QANWAN como un proyecto de inversión cultural a mediano plazo que requiere capital paciente y visión estratégica, con potencial de convertirse en franquicia transmedia rentable y referente del cine experimental peruano, especialmente considerando que cada 100 libros adicionales vendidos generan S/. 4,500.00 netos y que el margen de utilidad del 77.8% en productos físicos junto con la diversificación en seis fuentes de ingresos distintas reducen la dependencia de un solo canal y aumentan las posibilidades de éxito comercial en el ecosistema cultural limeño.

Tabla 2

Presupuesto

STOS POR FASE (MES 1–12)

Fase / Mes	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	Total
Pre-produ	10208												10208
Pre-producción Avanz		11418											11418
Producción / Filmación			29769										29769
Post-producción Inicial				11198									11198
Post-producción Media					19998								19998
Post-prod Final + Lanzamiento						13732							13732
Distribución y Eventos							4818						4818
Exposición Arte									8008				8008
Teatro Inmersivo										8448			8448
Proyecciones Educativas											4818		4818
Tour Universidades											6638		6638
Cierre y Licenciamiento												6248	
TOTAL EGRESOS													**115301**

DESGLOSE DE INVERSIÓN

Concepto	Monto (S/	% del Total
Pre-produ	21626	18.8%
Producción	29769	25.8%
Post-produ	44928	38.9%
Distribució	18978	16.5%
INVERSIÓN	**115301**	**100%**

NGRESOS PROYECTADOS

Fuente de	Monto (S/	% del total
Venta libro	15300	45.50%
Tickets exp	3000	8.90%

Nota. Elaboración Propia

III. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

-El desarrollo del proyecto transmedia QANWAN demuestra que el enfoque sensorial, poético y empático es una estrategia efectiva para abordar los efectos emocionales del Alzheimer, logrando generar reflexión y una conexión emocional profunda con el espectador, más allá de una aproximación meramente informativa.

-A través de contenidos audiovisuales y experiencias transmedia, el proyecto contribuye a sensibilizar a la sociedad peruana sobre el impacto social y familiar del Alzheimer y otras demencias, evidenciando el potencial del arte y la narrativa cultural como herramientas de concientización y diálogo social.

-La integración de la memoria colectiva y las tradiciones culturales dentro de la propuesta artística permite revalorizar la identidad cultural como un medio de resistencia frente al

olvido, posicionando al proyecto como una iniciativa que vincula salud, arte y patrimonio cultural de manera significativa.

4.2 Recomendaciones

Para futuros proyectos similares, es fundamental investigar profundamente con las personas que viven la problemática antes de crear cualquier contenido, asegurando que las historias sean auténticas y reflejen la realidad peruana. Se recomienda crear un piloto o versión de prueba para validar que el proyecto genera el impacto emocional esperado antes de invertir en la producción completa. El enfoque transmedia (múltiples formatos y canales) debe usarse intencionalmente para facilitar la participación activa del público, no solo como espectadores sino como parte de la experiencia. En cuanto al financiamiento, los proyectos audiovisuales con enfoque social necesitan combinar diferentes fuentes de ingreso: fondos del Estado, alianzas con universidades y centros de salud, y apoyo privado, manteniendo siempre precios accesibles. Es importante documentar todo el proceso (desde la creación hasta la recepción del público) para que otros puedan aprender de la experiencia. Finalmente, establecer alianzas desde el inicio con instituciones relevantes (ministerios, asociaciones, espacios culturales) fortalece la credibilidad del proyecto y amplía su alcance, permitiendo que el arte genere cambios reales en políticas públicas y en la forma en que la sociedad entiende temas importantes.

IV. Referencias Bibliográficas

Catacora, Ó. (Director). (2017). Wiñaypacha (Película). Tigre Pictures.

Malaga, G., Zevallos-Palacios, C., Lazo, M. A., & Huayanay, C. (2024). Demencias en el Perú: epidemiología, diagnóstico y manejo. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 41(2), 156-164.

Mamani-Quispe, R. (2018). Wiñaypacha: Representación de la vejez en el cine peruano contemporáneo. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Ministerio de Cultura del Perú. (2023). Política Nacional de Cultura al 2030: Identidad, memoria y patrimonio cultural. Lima: Dirección General de Políticas e Industrias Culturales y Artes.

Ministerio de Salud del Perú [MINSA]. (2024). Situación epidemiológica de las demencias en el Perú: Análisis de la situación de salud mental. Lima: Oficina General de Estadística e Informática.

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2021). Demencia: Datos y cifras. Ginebra: OMS. https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/dementia

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2022). Carga de los trastornos mentales en la región de las Américas: Alzheimer y otras demencias. Washington D.C.: OPS/OMS.

Fondo de Población de las Naciones Unidas [UNFPA]. (2023). Envejecimiento en el Perú: Proyecciones demográficas y desafíos sociales. Lima: UNFPA Perú.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021). Cultura y salud: Políticas culturales inclusivas para el bienestar comunitario. París: UNESCO.

Glatzer, R., & Westmoreland, W. (Directores). (2014). Still Alice (Película). Sony Pictures Classics.

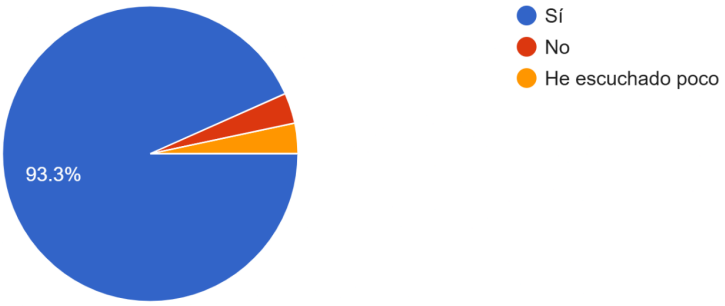
Zeller, F. (Director). (2020). The Father (Película). Sony Pictures Classics.

V. Anexos

6.2 Encuestas

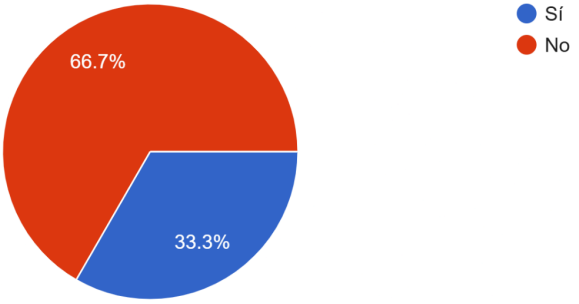
¿Conoces o has escuchado sobre el Alzheimer u otras demencias?

30 respuestas



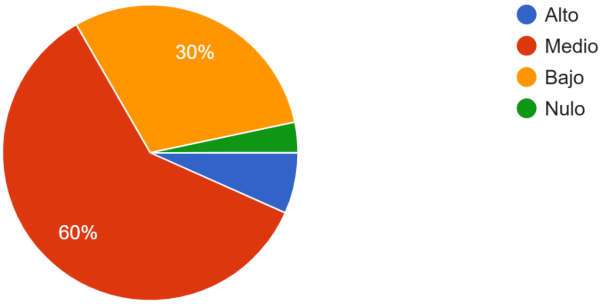
¿Tienes o has tenido un familiar o conocido con Alzheimer o una enfermedad neurodegenerativa?

30 respuestas



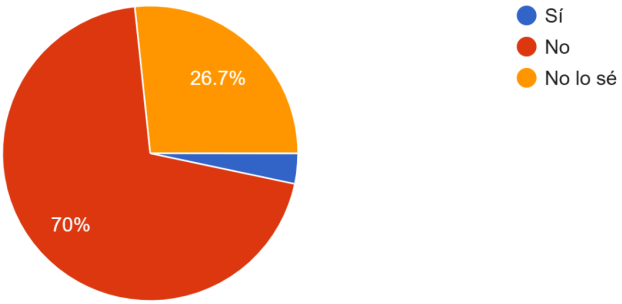
¿Cómo describirías tu nivel de conocimiento sobre el tema del Alzheimer?

30 respuestas



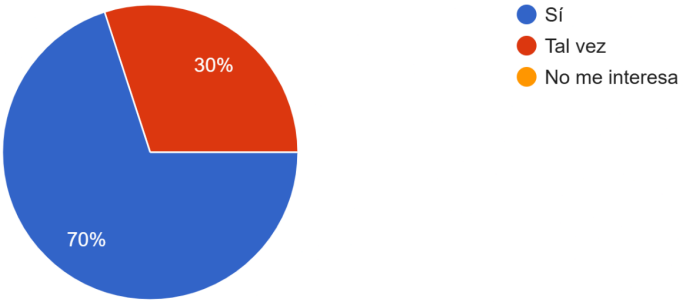
¿Consideras que en el Perú existen suficientes espacios culturales o artísticos que hablen sobre el Alzheimer o la memoria?

30 respuestas



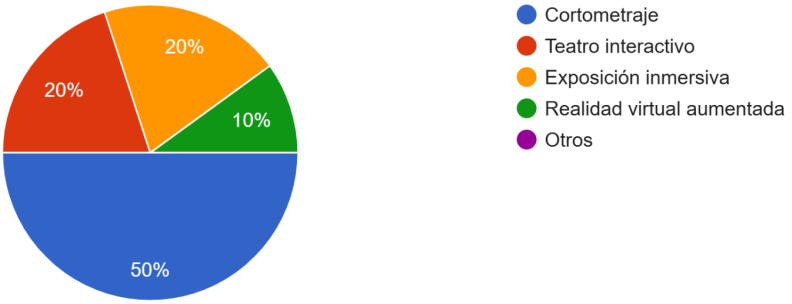
¿Te gustaría participar en una experiencia artística o audiovisual que aborde temas de memoria, vejez o Alzheimer?

30 respuestas



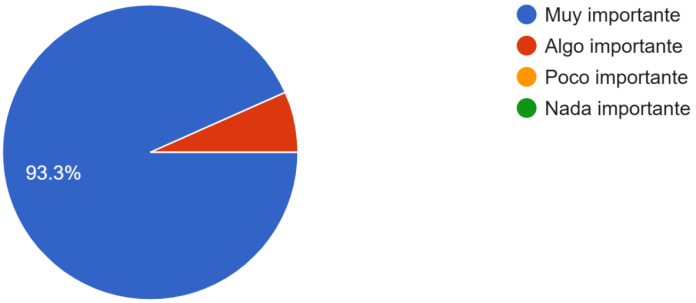
¿Qué formato te resultaría más atractivo para este tipo de proyecto?

30 respuestas



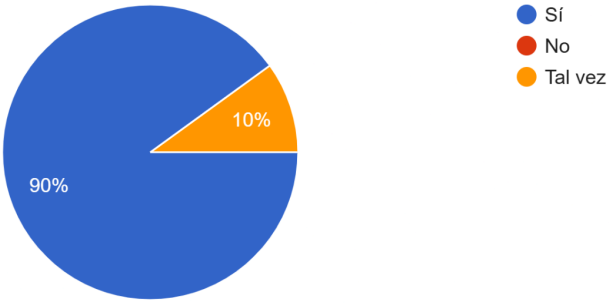
¿Qué tan importante te parece preservar la memoria familiar y las historias personales en nuestra cultura?

30 respuestas



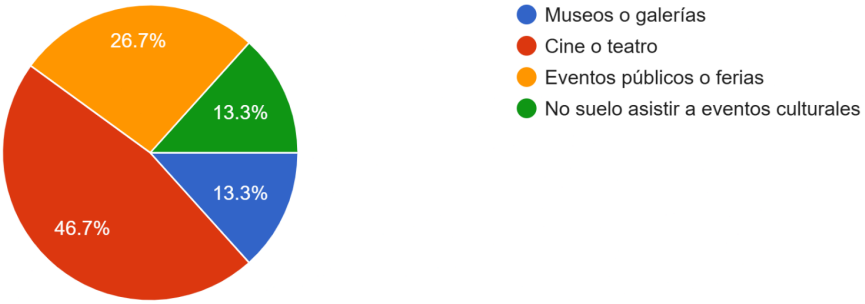
¿Consideras que el arte puede ayudar a generar conciencia sobre enfermedades como el Alzheimer?

30 respuestas



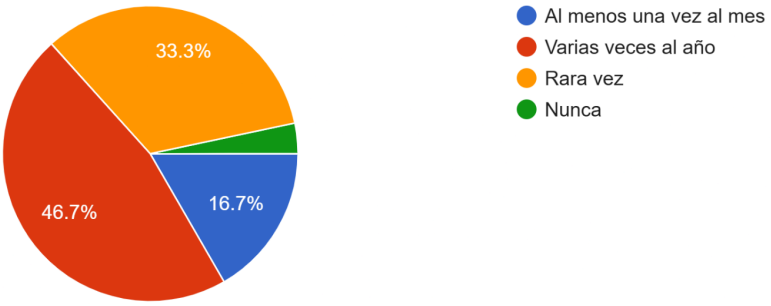
¿Qué tipo de espacios culturales frecuentas más?

30 respuestas



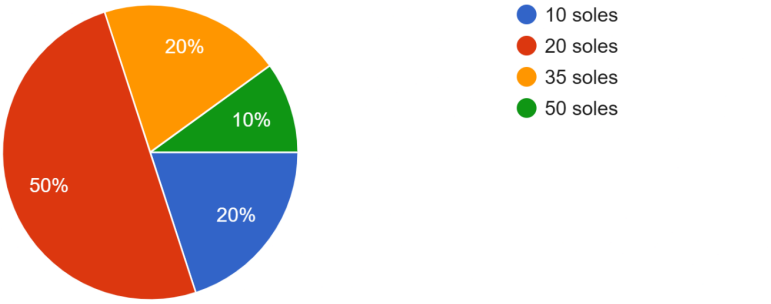
¿Con qué frecuencia asistes a actividades culturales o artísticas?

30 respuestas



¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar una entrada por una experiencia artística sobre Alzheimer y memoria?

30 respuestas



¿Qué tipo de mensaje o enfoque te parecería más valioso en este proyecto?

30 respuestas

