**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC**

# Bomberos: Detrás del Casco - Desarrollo de un proyecto transmedia para dar visibilidad a la labor del bombero voluntario y su escaso reconocimiento social en Lima Metropolitana y Callao.

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

**PRESENTADA POR**

Romina Celeste Silva Silva
DNI: 76189365, Perú
Código: 0000-0219-54

Lucia De Fatima Amesquita Real
DNI: 71381464
Código: 0000-0173-31

**ASESOR**

Jorge Ronaldo Godiel Galvez
DNI: 71317524, Perú
ORCID: 0000-0002-0303245

**JURADO**

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

**Lima, enero 2026**

# Informe-0000-0219-54_0000-0173-31_Silva_Am%C3%A9squit...

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

## Detalles del documento

Identificador de la entrega
**trn:oid:::11391:549437777**

Fecha de entrega
**25 ene 2026, 11:40 p.m. GMT-5**

Fecha de descarga
**25 ene 2026, 11:43 p.m. GMT-5**

Nombre del archivo
**Informe-0000-0219-54_0000-0173-31_Silva_Amésquita.pdf**

Tamaño del archivo
**6.1 MB**

**76 páginas**

**12.264 palabras**

**72.110 caracteres**

# 15% 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 |
| 2% | Publicaciones |
| 12% | 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.

# Agradecimientos

Un agradecimiento especial para nuestros profesores, quienes a lo largo de nuestra carrera han demostrado apoyo, constancia y preocupación por nosotras.

También agradecer a cada una de nuestras familias, quienes demostraron ser un soporte, tanto emocional como psicológico durante estos 4 años de estudios.

Por último, agradecer a la institución, por permitirnos sumergirnos en el mundo audiovisual.

# ÍNDICE DE CONTENIDO


**1. Información General** **9**
1.1. Título del Proyecto de Innovación 9
1.2. Resumen del Proyecto de Innovación 9
1.3. Contextualización 10
**2. Descripción de la innovación** **12**
2.1. Planteamiento del problema 12
2.2. Población Beneficiaria 15
2.3. Objetivos del Proyecto 18
2.3.1. Objetivos General 18
2.3.2. Objetivos Específicos 18
2.4. Marco referencial 19
2.5. Procesos creativos y experimentos 21
2.5.1 Información sobre el usuario 21
2.5.2 Información sobre el mercado: oportunidad, competencia y alcance 25
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 28
2.5.4. Diseño de producto producto / servicio 31
2.5.4.1 Documental – Italia 5 31
2.5.4.2 Página web interactiva – Plataforma Código 10.32 32
2.5.4.3 Cómic digital 10:25 Emergencia Confirmada 33
2.5.4.4 Audiodrama 10:12 Permanezca en escucha 33
2.5.4.5 Exposición fotográfica y de dibujo 10:22 En Sintonía 35
2.5.4.6 Feria bomberil inmersiva Circuito 10.29 Mantenerse alerta 35
2.5.4.7 Mecánica del viaje del usuario 36
2.5.4.8 Enfoque Triple Balance 39
2.5.5 Modelo de Negocio 41
2.5.5.1 Socios clave 41
2.5.5.2 Actividades clave 41
2.5.5.3 Propuesta de valor 42
2.5.5.4 Relación con los clientes 43
2.5.5.5 Segmento de clientes 43
2.5.5.6 Recursos clave 44
2.5.5.7 Canales 44
2.5.5.8 Estructura de costos 45
2.5.5.9 Flujo de ingresos, sostenibilidad y escalabilidad 45
2.5.6 Resultados esperados 48
2.5.7 Prototipos desarrollados 50
2.5.8 Experimentos 58
2.5.9 Resumen del proyecto de innovación 61
**3. Estimación de Costos** **62**
3.1 Presupuesto 62
**IV. Conclusiones y recomendaciones** **67**

4.1 Conclusiones 67
4.2 Recomendaciones 67
**V. Referencias** **69**
**VI. Anexos** **72**
6.1 Anexo 1 - Resultados de las encuestas 72

# ÍNDICE DE TABLAS


Tabla 1 26
Tabla 2 49
Tabla 3 59

# ÍNDICE DE FIGURAS


| | |
|---|---|
| Figura 1 | 14 |
| Figura 2 | 17 |
| Figura 3 | 23 |
| Figura 4 | 24 |
| Figura 5 | 30 |
| Figura 6 | 30 |
| Figura 7 | 47 |
| Figura 8 | 51 |
| Figura 9 | 52 |
| Figura 10 | 55 |
| Figura 11 | 56 |
| Figura 12 | 56 |
| Figura 13 | 57 |
| Figura 15 | 60 |
| Figura 16 | 60 |

# 1. Información General

## 1.1. Título del Proyecto de Innovación

Bomberos: Detrás del Casco – Desarrollo de un proyecto transmedia para dar visibilidad a la labor del bombero voluntario y su escaso reconocimiento social en Lima Metropolitana y Callao.

## 1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Bomberos: Detrás del Casco se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas, el presente trabajo busca resolver la falta de conocimiento por parte de los ciudadanos peruanos hacia la realidad sobre las limitaciones que enfrenta el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP), teniendo como población beneficiaria a los bomberos voluntarios.

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 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 proyecto transmedia, se trata de un conjunto de formatos y medios individuales que forman parte de una misma narrativa/ universo, en este caso se propone un documental , un

audiodrama, un cómic digital, un concurso fotográfico + exposición, una feria inmersiva, y por último, una página web interactiva, con el objetivo de contribuir al bienestar de los bomberos voluntarios, al dar visibilidad y brindar un espacio para contar sus historias, y generando ingresos directos mediante los diferentes proyectos, además de advocar por el cuidado del entorno natural de las estaciones.

Para la experimentación se diseñaron prototipos por cada medio, un guión para el documental, el piloto del audiodrama, bocetos para el comic, mock ups para el concurso y exposición de fotografías, planos de la estructura para la feria inmersiva y el diseño ux para la página web, todo para poder testearlo con el público objetivo mediante una encuesta en formato de formulario, para que el usuario pueda interactuar con el prototipo.

Se concluye que la solución propuesta genera gran interés por parte del usuario, cumpliendo nuestro objetivo de reflejar la problemática de los bomberos, se recomienda seguir mejorando en la propuesta y en la realización de los prototipos, ya que se vió aceptación por parte del público.

### 1.3. Contextualización

La historia del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP) viene desde hace más de un siglo de servicio voluntario, solidario y compromiso altruista. Según Arteaga (2017), el cuerpo de bomberos surge como una respuesta voluntaria y desinteresada ante situaciones de emergencia, lo cual refleja un compromiso social sostenido en el tiempo. Tomatis (2018) añade que esta vocación nace del deseo genuino de servir a la comunidad sin esperar compensación económica, lo que convierte al bombero voluntario en un símbolo de entrega y sentido del deber.

En este marco, la Compañía Italiana de Bomberos Voluntarios “Italia N.° 5”, fundada oficialmente el 28 de octubre de 1868 en el Callao, constituye uno de los pilares históricos

del servicio bomberil peruano. Su origen se vincula con un grupo de inmigrantes italianos conocidos como *Los Playeros*, quienes desde 1862 combatían incendios en el puerto chalaco. Su participación heroica en el Combate del 2 de mayo de 1866 consolidó su reputación como símbolo de patriotismo y sacrificio (Coz Vargas, 2009).

Sin embargo, según el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres (SINAGERD, 2024), gran parte de las compañías de bomberos en el país operan con recursos mínimos, dependiendo de colectas públicas y donaciones ciudadanas para su funcionamiento.

El marco legal que regula las operaciones del CGBVP se sostiene en normativas como la Ley N.° 26390 (1994), conocida como *Ley General de Bomberos Voluntarios del Perú*, que establece su autonomía funcional; la Ley N.° 30407 (2015), que reconoce un régimen especial de beneficios para sus miembros; y la Ley N.° 27972 (2003), que promueve el voluntariado como servicio social esencial. No obstante, la asignación presupuestal sigue siendo limitada, y las políticas públicas de modernización son insuficientes para garantizar la seguridad y sostenibilidad del servicio.

La precariedad del sistema se evidenció en emergencias recientes. En 2025, durante el incendio de Barrios Altos, la Compañía Italia N.° 5 trabajó por más de dos semanas con equipos inadecuados y recursos escasos (El Comercio, 2025). En 2024, un incendio en un almacén y una quinta en Breña movilizó ocho unidades de bomberos y afectó a decenas de familias, demostrando nuevamente la falta de infraestructura y logística (Valverde, 2024). También en 2024, se reportó un incendio en un almacén de productos químicos en San Miguel, el cual fue controlado tras la intervención de bomberos de varios distritos (Redacción RPP, 2024).

Asimismo, en 2021, una fuga de gas natural en la avenida Argentina, Cercado de Lima, generó la evacuación masiva de trabajadores y puso en riesgo la integridad de los

bomberos (Infobae, 2021). Finalmente, el incendio de 2016 en un almacén del Ministerio de Salud en El Agustino, donde tres bomberos perdieron la vida, marcó un hito trágico que evidenció la ausencia de medidas de seguridad y de equipamiento adecuado (RPP Noticias, 2016).

Estos casos demuestran la realidad estructural: un sistema en donde una institución altamente necesaria para la sociedad depende de la vocación individual más que del respaldo institucional. A pesar de los avances normativos, las compañías continúan enfrentando limitaciones que afectan tanto su capacidad operativa como la percepción social de su trabajo.

## 2. Descripción de la innovación

### 2.1. Planteamiento del problema

El Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP), y en particular la Compañía Italiana de Bomberos Voluntarios "Italia N.° 5" del Callao, enfrenta una crisis estructural que compromete la sostenibilidad de su servicio, la seguridad de sus miembros y la eficacia de su respuesta ante emergencias. A pesar de su legado histórico y del profundo valor social que representa, la institución se mantiene bajo un sistema frágil sustentado en la vocación y sacrificio de sus integrantes, más que en políticas públicas sólidas o en una infraestructura adecuada (Cuerpo General de Bomberos del Perú, 2019).

Durante las últimas décadas, se ha evidenciado una persistente carencia de equipamiento, mantenimiento e inversión institucional, situación que se agravó durante emergencias de gran magnitud, como el mencionado incendio ocurrido en los Barrios Altos en octubre de 2025, clasificado como Código 5, donde los bomberos de la Compañía Italia N.° 5 enfrentaron más de dos semanas de arduas labores sin contar con los implementos

necesarios (El Comercio, 2025), hecho que reveló la precariedad qué enfrenta el sistema bomberil y la respuesta limitada por parte del Estado.

En este contexto, el encargado de proveer y suministrar, de manera logística y de capital humano al CGBVP es la Intendencia Nacional de Bomberos del Perú (INBP), entidad pública que cuenta con la capacidad de gestión presupuestaria autónoma, es autogestionada y autosuficiente económicamente, sin embargo, según la Contraloría General de la República (2023), esta entidad no llevó a cabo la planificación ni la ejecución de acciones vitales para atender los requerimientos de adquisición de Equipos de Protección Personal (EPP) y Equipos de Protección Respiratoria Autónoma (EPRA) durante dos años, solicitudes que fueron hechas en varias ocasiones por las Compañías de Bomberos de las Comandancias Departamentales de Lima Metropolitana.

Por otro lado, según Zela Oyardo (2020), los centros destinados al entrenamiento y la capacitación del personal también representan una problemática persistente, ya que no se dispone de instalaciones apropiadas para fortalecer la formación en el manejo de emergencias y en las técnicas necesarias para el desempeño del trabajo bomberil.

Esto resulta en la falta de nuevos bomberos voluntarios; ya que según menciona Panamericana Televisión (2022), el número de bomberos voluntarios graduados de la Escuela de bomberos del Perú es de 230 estudiantes semestrales, cifra muy baja y deficiente para la cantidad de incendios de gran escala que se registran en Lima; sin embargo, según Maguiña (2025) este número de graduados sigue siendo alto a comparación de otros departamentos del Perú, lo que desemboca en una necesidad de aulas y salones de clases adecuados para poder capacitar a estos estudiantes, espacios que actualmente no existen.

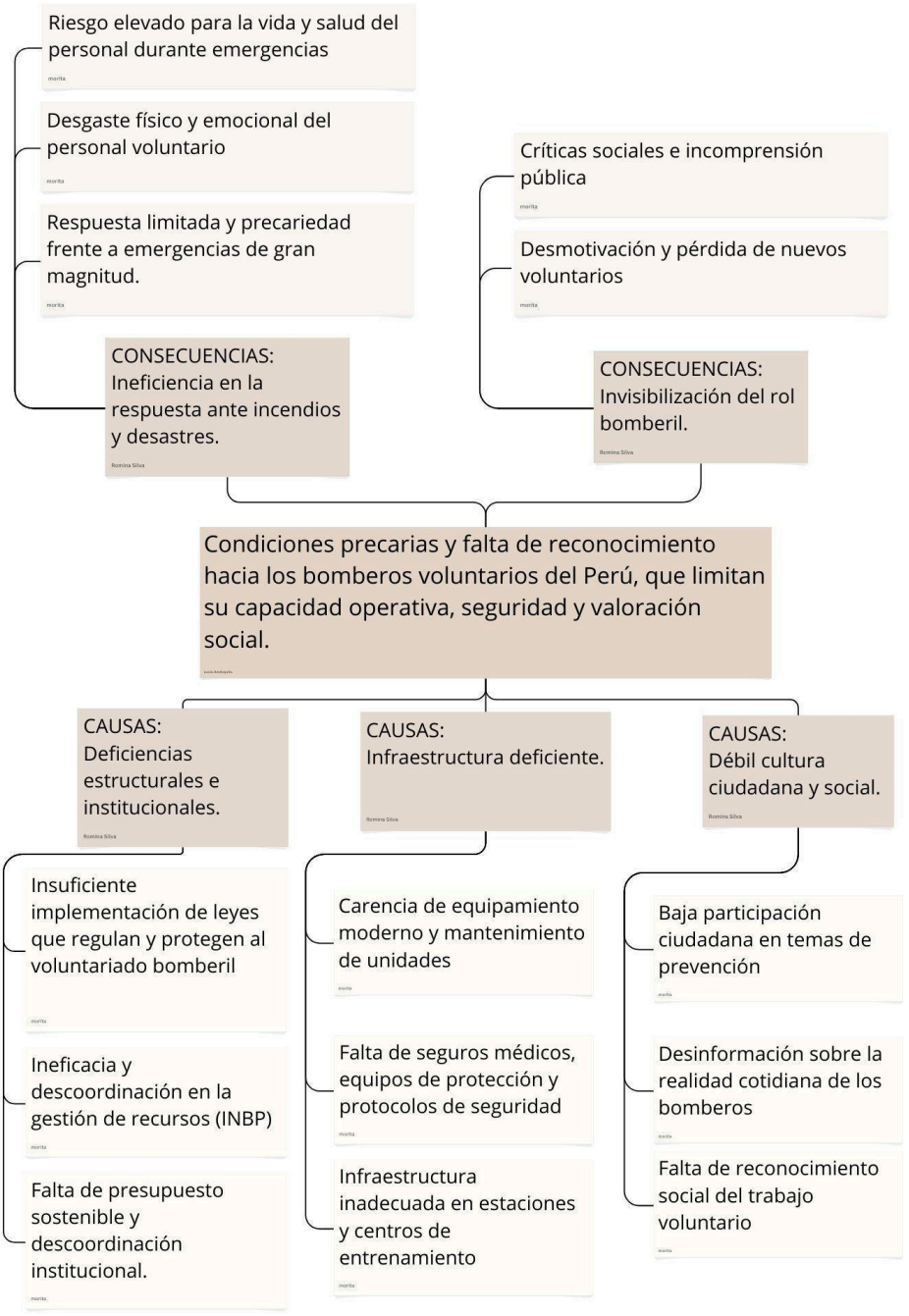
En ese sentido, la problemática de la Compañía Italia N.° 5 refleja las deficiencias sistémicas del cuerpo bomberil peruano: infraestructura inadecuada, falta de presupuesto

sostenible, carencia de seguros médicos y de vida, descoordinación institucional y baja participación ciudadana en temas de prevención (SINAGERD, 2024). Estas limitaciones no solo obstaculizan la capacidad operativa, sino que también afectan la percepción pública del cuerpo de bomberos, frecuentemente juzgado por los resultados sin considerar las condiciones precarias en que desarrolla su labor (ver Figura 1).

Frente a este contexto, el proyecto Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia propone visibilizar la realidad de los bomberos voluntarios desde un enfoque humano y comunicativo, destacando el legado histórico y la vocación de servicio de la Compañía Italia N.° 5 del Callao, con el fin de promover una cultura ciudadana de reconocimiento, empatía y prevención.

**Figura 1**

*Árbol de problemas*



## 2.2. Población Beneficiaria

En la figura 2, La población beneficiaria directa del proyecto está conformada principalmente por los miembros activos del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP), en especial por los integrantes de la Compañía Italiana de Bomberos Voluntarios “Italia N.° 5” del Callao, quienes constituyen el núcleo testimonial y simbólico del proyecto. Ellos serán reconocidos y visibilizados a través de las diversas piezas narrativas del formato transmedia, lo que permitirá poner en valor su historia, su compromiso con el servicio público y las dificultades que enfrentan en el ejercicio de su labor voluntaria.

La visibilización de estos actores no se limita al reconocimiento individual, sino que busca generar un impacto institucional positivo dentro del propio cuerpo bomberil. A través de la exposición de sus realidades cotidianas, entrenamientos, emergencias, carencias materiales y experiencias personales, el proyecto pretende reforzar el sentido de pertenencia, identidad y orgullo colectivo en los miembros de la Italia N.° 5. Además, se aspira a que este reconocimiento sirva de modelo inspirador para otras compañías del CGBVP que enfrentan condiciones similares, fomentando la unión, la resiliencia y la transmisión intergeneracional de los valores del voluntariado.

De forma indirecta, el proyecto beneficiará a un segmento juvenil entre 14 y 30 años, conformado por estudiantes de colegios, institutos y universidades, así como jóvenes profesionales interesados en la comunicación, el arte, la gestión social y la cultura ciudadana. Este grupo etario representa una audiencia estratégica por su alto consumo de contenidos digitales y su sensibilidad hacia temas de impacto social. Al interactuar con los diversos formatos del proyecto como el documental, el cómic, el audiodrama y las plataformas digitales, estos jóvenes podrán reflexionar sobre el valor del servicio voluntario y desarrollar una conciencia más activa respecto a la prevención de riesgos y desastres.

Asimismo, la ciudadanía en general, especialmente la residente en Lima Metropolitana y el Callao, constituye una población beneficiaria indirecta fundamental. A través de las piezas comunicacionales, el proyecto busca reducir la brecha de percepción entre la sociedad civil y los bomberos, promoviendo el respeto, la empatía y la colaboración hacia quienes dedican su tiempo y esfuerzo al servicio público sin recibir remuneración económica. Al fortalecer el vínculo emocional entre ambos sectores, se pretende que la comunidad reconozca la importancia de apoyar al cuerpo de bomberos, ya sea mediante campañas de donación, programas educativos o iniciativas de voluntariado complementario.

De igual modo, los organismos públicos y privados vinculados a la gestión del riesgo de desastres, tales como el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI), el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres (SINAGERD), la Intendencia Nacional de Bomberos del Perú (INBP) y las municipalidades locales, pueden beneficiarse de la información y el impacto social que genera el proyecto. La representación audiovisual de las condiciones reales del cuerpo bomberil puede servir como insumo para la elaboración de políticas públicas, campañas de sensibilización y programas de cooperación interinstitucional orientados a la prevención y respuesta ante emergencias.

Finalmente, el ámbito educativo y cultural también se beneficiará del proyecto Bomberos: Detrás del casco, ya que los materiales generados podrán emplearse como herramientas didácticas en espacios formativos relacionados con la comunicación, la educación cívica y la historia contemporánea del país. A largo plazo, se espera que el proyecto contribuya a fortalecer la cultura de prevención y el sentido de ciudadanía solidaria, valores fundamentales para el desarrollo de una sociedad más consciente, participativa y comprometida con el bienestar colectivo.

En conjunto, el proyecto no solo se orienta a la difusión del heroísmo cotidiano de los bomberos, sino también a la creación de una red de reconocimiento social que integre a jóvenes, instituciones, medios de comunicación y comunidades locales en una dinámica de apoyo y valoración del servicio voluntario.

**Figura 2**

*Mapa de Actores*




## 2.3. Objetivos del Proyecto

### 2.3.1. Objetivos General

Profundizar en la labor del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú, tomando como referencia la experiencia de la Compañía Italia N.° 5 del Callao. A través de una narrativa transmedia, se busca no solo analizar su trabajo, sino también acercar su historia a la ciudadanía, despertar empatía y promover una valoración más justa hacia quienes arriesgan su vida de manera voluntaria. Esta propuesta aspira a construir una mirada más humana, capaz de sensibilizar y educar en torno a la prevención y el respeto hacia quienes atienden emergencias a diario.

### 2.3.2. Objetivos Específicos

- Diseñar y ejecutar, en un plazo de 3 meses, una narrativa transmedia que humanice la figura del bombero voluntario peruano, mediante la implementación de 6 formatos (plataforma web, documental, audiodrama, feria interactiva, concurso de fotografía y cómic), con el fin de visibilizar de manera realista y transparente su labor, vocación y problemática social.
- Recopilar y difundir al menos 10 historias reales de bomberos voluntarios peruanos durante el plazo de 3 meses, y plasmarlas en un documental audiovisual, evidenciando su vida cotidiana, emociones y sacrificios personales, para sensibilizar al público sobre las condiciones no visibilizadas de su servicio (guardias extensas, cansancio, incertidumbre y vocación).
- Realizar una feria inmersiva interactiva en el mes de noviembre, con la participación de al menos 200 asistentes, orientada a educar en prevención de riesgos y fomentar el compromiso ciudadano, promoviendo la participación activa del público a través de experiencias didácticas y sensoriales.
- Fortalecer la imagen institucional y social del bombero voluntario en el público peruano, logrando que al menos el 60% de los asistentes y usuarios consumidores reconozcan su rol esencial dentro de la comunidad, medido a través de encuestas de percepción aplicadas antes y después del proyecto.

## 2.4. Marco referencial

El presente estudio se fundamenta en un enfoque interdisciplinario que combina perspectivas históricas, sociales y comunicacionales para comprender la relevancia del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP) y, específicamente, de la

Compañía Italia N.° 5 del Callao, como expresión de la vocación de servicio y el valor comunitario.

Históricamente, la compañia Italia N.° 5 ha sido una de las instituciones más representativas del cuerpo bomberil peruano. Fundada el 28 de octubre de 1868 por inmigrantes italianos conocidos como “Los Playeros”, su origen se asocia con la solidaridad ciudadana frente a los incendios del puerto chalaco y su participación heroica en el Combate del 2 de mayo de 1866 (Coz Vargas, 2009). Desde entonces, su legado se ha mantenido como símbolo de entrega, patriotismo y disciplina.

La cultura del voluntariado bomberil en el Perú se sostiene sobre valores de sacrificio, compañerismo y altruismo. Según Arteaga (2017), el cuerpo de bomberos representa una de las expresiones más puras del servicio desinteresado, pues sus integrantes no perciben remuneración alguna, sino que actúan movidos por una ética del deber. Tomatis (2018) complementa que esta vocación nace de un compromiso moral con la comunidad, lo que convierte al voluntariado bomberil en un pilar de la identidad social peruana. Modelos comparativos en países como Argentina y Estados Unidos muestran estructuras más consolidadas que combinan profesionalismo con apoyo estatal, reforzando la idea de que la gestión pública y la cultura cívica son determinantes en la sostenibilidad del sistema (Smith, 2018).

En el marco normativo, la **Ley N.° 26390** (1994) estableció la autonomía funcional del CGBVP, mientras que la **Ley N.° 30407** (2015) introdujo beneficios específicos para sus miembros. Sin embargo, la limitada asignación presupuestal y la falta de implementación efectiva han reducido su impacto. Además, la **Ley N.° 27972**, que promueve el voluntariado como servicio social, reconoce la importancia de este trabajo, pero carece de mecanismos que aseguren la protección laboral y la cobertura de salud de los bomberos.

La precariedad del sistema se evidencia en la recurrencia de siniestros de gran magnitud en Lima Metropolitana y otras regiones. El incendio de Barrios Altos (2025) es un ejemplo reciente de cómo la falta de equipamiento y apoyo institucional prolonga la respuesta y aumenta el riesgo operativo (El Comercio, 2025). En contraste, países con estructuras modernas integran sus cuerpos de bomberos al sistema nacional de gestión de emergencias, con protocolos estandarizados y recursos logísticos permanentes.

Por otro lado, la educación preventiva en el Perú sigue siendo limitada. La mayoría de emergencias urbanas derivan de instalaciones eléctricas informales, manipulación de químicos sin control o ausencia de planes de contingencia (SINAGERD, 2024). Este escenario demuestra que la problemática no se restringe al ámbito institucional, sino que involucra una deficiente cultura ciudadana de prevención.

El marco teórico del proyecto Bomberos: detrás del casco articula estos elementos para sustentar la necesidad de una narrativa transmedia que visibilice el valor del voluntariado y promueva un cambio cultural. Desde la perspectiva de la comunicación social, los relatos audiovisuales y digitales permiten conectar emocionalmente con la audiencia y reconfigurar la percepción pública de los bomberos, trascendiendo el discurso heroico tradicional hacia una comprensión más humana, estructural y colectiva de su labor.

## 2.5. Procesos creativos y experimentos

### 2.5.1 Información sobre el usuario

Como se muestra en la Figura 3, arquetipo de usuario, el usuario principal identificado en el desarrollo del proyecto Bomberos: detrás del casco, es Luis Ramírez, bombero voluntario de la Compañía Italia N.° 5 del Callao y técnico en mantenimiento. A partir del análisis etnográfico y del mapa de empatía elaborados durante la fase de

investigación, se determinó que el perfil de Luis corresponde a un adulto joven de entre 28 y 35 años, perteneciente a un nivel socioeconómico medio-bajo, con una fuerte vocación de servicio y un profundo sentido de pertenencia hacia su comunidad y su estación bomberil. Los hallazgos del estudio evidencian que su motivación principal no es económica, sino moral y emocional. Luis encuentra en el voluntariado una fuente de propósito y orgullo personal, aunque debe enfrentar diariamente limitaciones materiales, falta de reconocimiento institucional y ausencia de estabilidad laboral. Esta situación genera un conflicto interno entre su deseo de servir y la percepción de desamparo estatal, lo que impacta directamente en su bienestar emocional y en su entorno familiar.

Entre los insights más significativos, se identifica que los bomberos voluntarios, como Luis, experimentan un profundo orgullo por servir a su comunidad. Ese sentimiento compartido fortalece los lazos de hermandad entre compañeros, convirtiendo el apoyo mutuo en un pilar esencial para sostener su fortaleza emocional durante las emergencias. Tal como se aprecia en la figura 5, correspondiente al mapa de empatía, la estación se transforma en una segunda familia: un espacio donde la camaradería compensa, en parte, la precariedad de recursos y las exigentes condiciones en las que deben desempeñar su labor.

A pesar de ello, también surge un sentimiento de frustración. Muchos de ellos perciben que gran parte de la población desconoce la verdadera realidad en la que trabajan equipos obsoletos, largas guardias, desgaste físico y emocional lo que genera una brecha de empatía y contribuye a la invisibilización social de su entrega y sacrificio. Esta desconexión se evidencia en los comentarios públicos, en las críticas mediáticas cuando un operativo no sale como se espera y en la falta de reconocimiento hacia el esfuerzo que realizan sin recibir remuneración. (ver Figura 4)

Estos hallazgos revelan la urgencia de promover mayor comprensión y apoyo hacia los bomberos voluntarios, tanto en términos financieros como emocionales. Se vuelve

imprescindible construir una narrativa comunicacional que humanice su figura, visibilice su vida cotidiana y sensibilice a la ciudadanía respecto a su compromiso, vulnerabilidad y vocación de servicio. Desde esta perspectiva, el usuario el bombero voluntario no solo se convierte en el corazón del proyecto, sino también en un agente que encarna un mensaje social basado en la resiliencia, la dignidad y la humanidad.

**Figura 3**

*Arquetipo de usuario*

## ARQUETIPO DE USUARIO



- Nombre: Luis Ramírez
- Edad: 32 años
- Ubicación: Callao, Perú
- Estado civil: Casado, 1 hijo

### Marcas que consume /ropa/ alimentación

- Prefiere marcas accesibles y con valores sociales.
- Usa ropa de fast fashion como H&M o tiendas locales. (gamarra)
- Le gustan productos funcionales, prácticos y de bajo costo.
- En comida, opta por cocinar en casa, o comprar menú, busca opciones saludables cuando puede.

### Profesión

- Técnico en mantenimiento (trabajo principal) / Bombero voluntario en la Compañía Italia 5

### Entorno familiar/ amigos

- Vive con su esposa y su hijo de 5 años, quienes son su principal motivación. Su esposa lo apoya con el voluntariado en Italia 5 , pero se preocupa por los riesgos.
- Mantiene una relación muy cercana con sus compañeros de estación, a quienes considera su "segunda familia", y con ellos comparte camaradería y apoyo mutuo.

### Redes sociales que usa y cómo las usa

- Usa Facebook para informarse y difundir campañas bomberiles.
- Instagram para compartir fotos personales y de su labor-
- WhatsApp para coordinar emergencias con su equipo.
- También consume videos en YouTube o TikTok sobre rescate y primeros auxilios. Emplea las redes más como herramienta profesional y de concientización que de ocio.

### Tipo de ocio/ descanso

- Su tiempo libre es escaso. Cuando puede, lo dedica a su familia, ver películas o reunirse con sus compañeros. Disfruta de actividades al aire libre o ver contenidos relacionados con rescate. Aunque suele estar cansado, encuentra en su vocación una fuente constante de satisfacción personal.

## EN RELACIÓN CON LA PROPUESTA

### ¿Qué necesita y espera?

- Necesita sentir que puede aportar algo positivo a la sociedad.
- Desea confiar más en las instituciones y ver acciones concretas de cambio.
- Infraestructura adecuada (estaciones seguras y operativas).
- Equipamiento moderno, funcional y seguro.
- Capacitación continua y certificada.
- Reconocimiento formal de su labor (incentivos, seguros, beneficios).
- Apoyo logístico durante emergencias de gran escala.
- Articulación real con el sistema nacional de emergencias (hospitales, municipios, policías, etc.).

### ¿Qué le duele y le molesta?

- Que en el país no se valore a las personas que ayudan a los demás, como los bomberos, que trabajan sin sueldo y muchas veces sin equipos adecuados.
- La indiferencia social y que los medios los critiquen sin conocer su realidad.
- Impotencia al ver que el Estado no los apoya como deberían y que muchas veces la gente solo los recuerda en tragedias.

**Figura 4**

*Mapa de empatía*

### ¿Qué piensa y siente?

- Tiene un profundo compromiso y orgullo por servir a su comunidad y salvar vidas.
- Se siente frustrado por la falta de equipamiento adecuado y reconocimiento institucional.
- Preocupa el desgaste físico y emocional, además del impacto en su vida familiar.
- Sabe que su trabajo es esencial pero poco valorado socialmente.
- Sabe que su labor es vital, pero a veces duda si vale la pena tanto sacrificio.
- Le preocupa dejar a su familia desatendida por las guardias y el cansancio.
- Está frustrado por trabajar con equipos viejos y sin seguro.

### ¿Qué dice y hace?

- "Quiero ayudar y hacer la diferencia, pero me siento cansado y sin apoyo."
- Reclama mejores condiciones: "No pedimos sueldo, solo herramientas dignas."
- Coordina emergencias con sus compañeros por WhatsApp a cualquier hora.
- Comparte fotos o campañas en Facebook para dar a conocer su trabajo.
- Se sacrifica y da su tiempo libre para estar disponible en la estación.




### ¿Qué oye?

- Escucha a la gente decir que los bomberos son valientes, pero también comentarios como "si son voluntarios, ¿por qué se quejan?".
- Oye críticas en los medios cuando algo no sale bien.
- También escucha historias de esfuerzo que le generan respeto y ganas de saber más.
- Comentarios de familiares preocupados por los riesgos que corre.
- Palabras de apoyo y camaradería de sus compañeros bomberos.
- Mensajes de la comunidad agradeciendo el servicio, aunque a veces limitados.

### ¿Qué ve?

- Ve en redes sociales y noticias videos de incendios y rescates, pero pocas veces se habla de las condiciones reales en las que trabajan.
- Observa que la gente aplaude sus acciones, pero luego se olvida de ellos.
- Nota que muchas instituciones solo los usan en campañas, sin cambios reales.
- Equipos y estaciones en mal estado, poco mantenimiento..
- Falta de reconocimiento oficial o apoyo concreto del Estado.
- Compañeros igual de agotados, que hacen lo posible con lo poco que tienen.

### 2.5.2 Información sobre el mercado: oportunidad, competencia y alcance

El proyecto Bomberos: Detrás del casco se desarrolla en un entorno sociocultural caracterizado por un incremento en la demanda de contenidos con enfoque social, educativo y humanista, especialmente entre audiencias jóvenes que valoran narrativas basadas en testimonios reales, representaciones auténticas y propuestas con propósito comunitario. Este contexto evidencia una oportunidad sustancial para producciones que integren elementos históricos, culturales y de responsabilidad social mediante estrategias transmedia, capaces de articular diversos formatos narrativos y plataformas digitales.

Con el fin de analizar la oferta existente, se presenta una revisión comparativa de proyectos que abordan temáticas afines relacionadas con la labor bomberil, la prevención de riesgos y la representación audiovisual del voluntariado. La Tabla 1 sintetiza los formatos, focos temáticos y elementos diferenciadores de iniciativas previas desarrolladas en Perú y en otros países de la región.

El análisis evidencia que, aunque existen iniciativas centradas en entrevistas, contenidos informativos, simulaciones de capacitación o formatos noticiosos, la mayoría de propuestas aborda únicamente aspectos operativos, institucionales o testimoniales aislados. Asimismo, algunas producciones enfatizan la recreación de eventos trágicos, pero sin desarrollar una narrativa prolongada que explore las consecuencias sociales, emocionales o comunitarias asociadas a la labor bomberil.

En este panorama, no se identifican producciones peruanas que representen de manera integral, humana y sostenida la experiencia del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú mediante un enfoque narrativo continuo y transmedia. Esta ausencia de contenidos de profundidad otorga al proyecto Bomberos: Detrás del casco una ventaja competitiva relevante, al proponerse como una iniciativa documental e inmersiva que articula distintos productos narrativos documental, audiodrama, cómic, experiencias educativas y difusión

digital para ofrecer una comprensión multidimensional del quehacer bomberil y de su impacto comunitario.

El público objetivo del proyecto está conformado por jóvenes entre 15 y 30 años, así como por docentes, comunicadores, investigadores y estudiantes universitarios interesados en temas de cultura, ciudadanía, prevención de riesgos y voluntariado. Aunque el proyecto enfrenta desafíos como la limitada disponibilidad de financiamiento cultural y la competencia de productos orientados al entretenimiento comercial, su enfoque transmedia incrementa las posibilidades de alcance, apropiación y sostenibilidad, al facilitar el acceso desde múltiples plataformas y modalidades de consumo.

**Tabla 1**

*Proyectos similares*

| Proyecto | Formato | Foco principal | Elemento Diferenciador |
|---|---|---|---|
| Asociación Peruana de Bomberos | Videos de entrevistas y vlogs junto a bomberos voluntarios | Conocer la experiencia bomberil y sus instalaciones. | Pocos videos y de corta duración, se limitan a mostrar de manera superficial la realidad bomberil. |
| Documental Incendio en Mesa Redonda (El Comercio 2021) | Cortometraje tipo documental (Youtube) | Narrar los hechos de la tragedia del incendio en Mesa Redonda (2001) desde la perspectiva de los bomberos. | Historias reales y fuentes compartidas desde la vulnerabilidad y el trauma, se limita a hablar solamente de la tragedia, no profundiza en lo que pasó después. |
| DeuSens Hiper Experiencia (Madrid 2020) | Simulación de Realidad virtual | Se enfoca únicamente en mostrar la práctica real de las capacitaciones de los bomberos. | Concientiza sobre la importancia de los protocolos bomberiles de forma inmersiva, pero no incluye historias y carece de narrativa. |
| Canal Intendencia Nacional de Bomberos del Perú | Videos de Youtube | Se centra en los procesos y protocolos ante una emergencia. | Amplia variedad de contenido y concientiza sobre la prevención ante riesgos. |
| Realidad Bomberil (Chile 2025) | Instagram de contenido de ilustraciones | Se encargan de convertir fotos de hechos reales en imágenes animadas tipo cómic. | Se limita a las fotos animadas, no agrega testimonios ni historias reales, tampoco ofrece conexión entre fotografías. |

*Nota. elaboración propia*

### 2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El proyecto Bomberos: detrás del casco Proyecto Transmedia se desarrolla en un contexto en el cual, el interés por contenidos con propósito social está en crecimiento, especialmente entre jóvenes que buscan historias reales y significativas. En el Perú, existe una oportunidad clara para proyectos audiovisuales que combinan memoria, cultura y servicio comunitario a través de narrativas transmedia.

Aunque actualmente no existen producciones o proyectos similares que retratan de manera profunda y humana la vida de los bomberos voluntarios, sí se identifica una competencia directa e indirecta que influye en el posicionamiento del proyecto.

Por un lado, la competencia directa proviene de comerciales publicitarios, campañas audiovisuales y contenidos institucionales que, si bien no cuentan la realidad de los bomberos, sí ocupan espacio en la atención del público al usar narrativas heroicas o de servicio como recurso emocional. Esto genera un entorno saturado de mensajes inspiracionales que pueden restar visibilidad a contenidos más reflexivos como Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia.

Por otro lado, la competencia indirecta proviene del sector de seguridad y prevención de incendios, conformado por empresas que ofrecen capacitaciones, auditorías, simulacros, certificaciones, venta de equipos y servicios especializados en gestión del riesgo. Estas organizaciones abordan temáticas cercanas a las del proyecto prevención, cultura de seguridad, manejo de emergencias y producen materiales informativos dirigidos a empresas, instituciones y público general. Aunque sus contenidos no son narrativos ni sociales, sí ocupan el espacio de la comunicación preventiva, compitiendo por la atención de la misma audiencia interesada en temas de seguridad y responsabilidad social.

Sin embargo, la diferencia clave es que ninguna de estas empresas aborda la dimensión humana, emocional y cotidiana del bombero voluntario, lo que permite que Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia mantenga una identidad propia y un relato diferenciado (ver Figura 5).

Como ya se mencionó anteriormente, el público objetivo del proyecto está conformado principalmente por jóvenes de 15 a 30 años, además de docentes, comunicadores, estudiantes y ciudadanos interesados en temas de cultura cívica, prevención y voluntariado. A pesar de los desafíos, como la alta presencia de entretenimiento comercial y la limitada financiación para proyectos independientes, el enfoque narrativo transmedia del proyecto mediante documental, cómic, audiodrama, redes sociales y experiencias educativas ampliará su alcance y fortalecerá su sostenibilidad.

Según Scolari (2013), la narrativa transmedia es una forma de contar una historia mediante diversos sistemas, ya sea verbal, audiovisual, interactivo, y en la cual se hace presente diferentes medios, ya sea cine, historietas, teatro, videojuegos; es por eso que Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia se posiciona como una propuesta única en el mercado peruano, ya que no solo informa, sino que conecta emocionalmente con la audiencia, visibiliza el valor del voluntariado y promueve una cultura de prevención desde una perspectiva diferente, dinámica e interactiva (ver Figura 6).

Su intención es consolidarse como una referencia nacional en comunicación social y comunitaria, generando puentes entre instituciones, ciudadanía y el cuerpo de bomberos voluntarios.

**Figura 5**

*Tablero propuesta de valor*

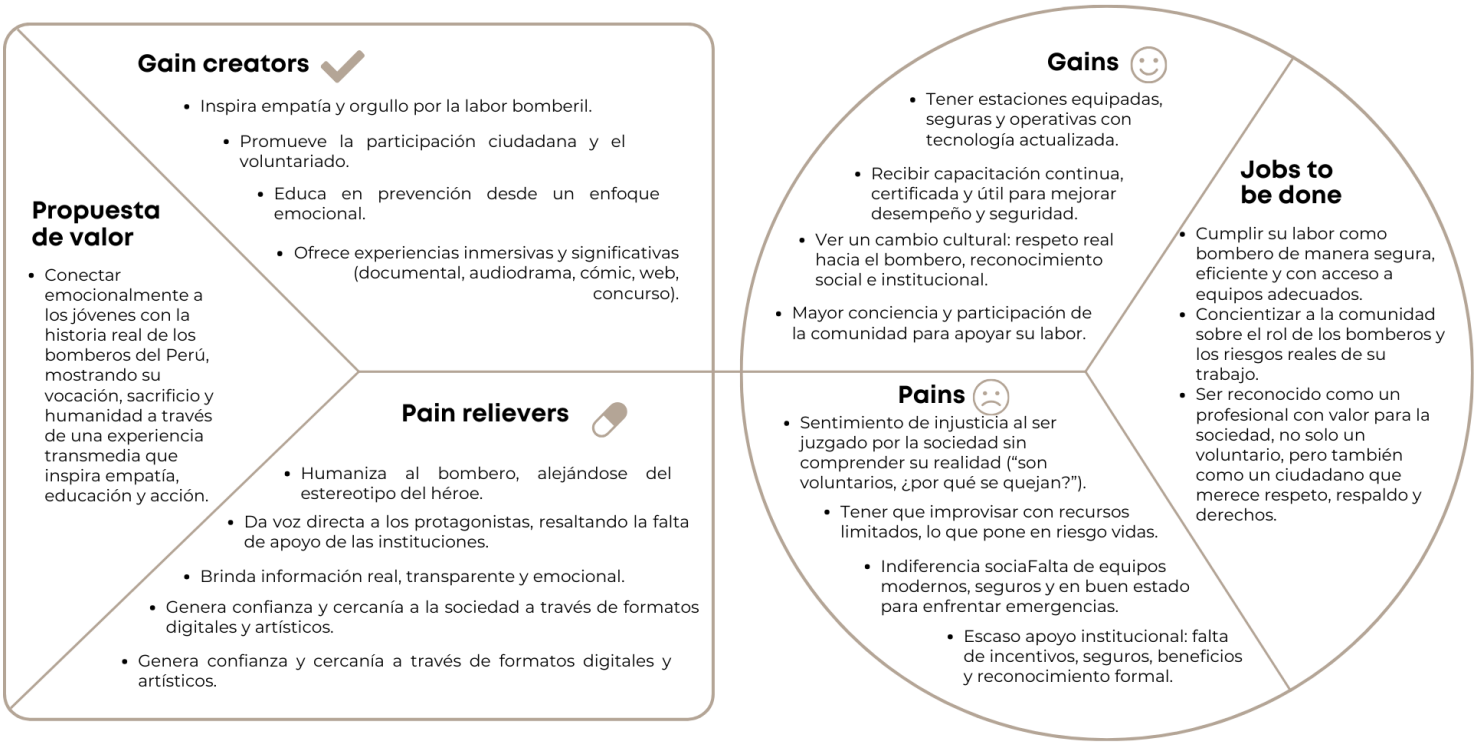
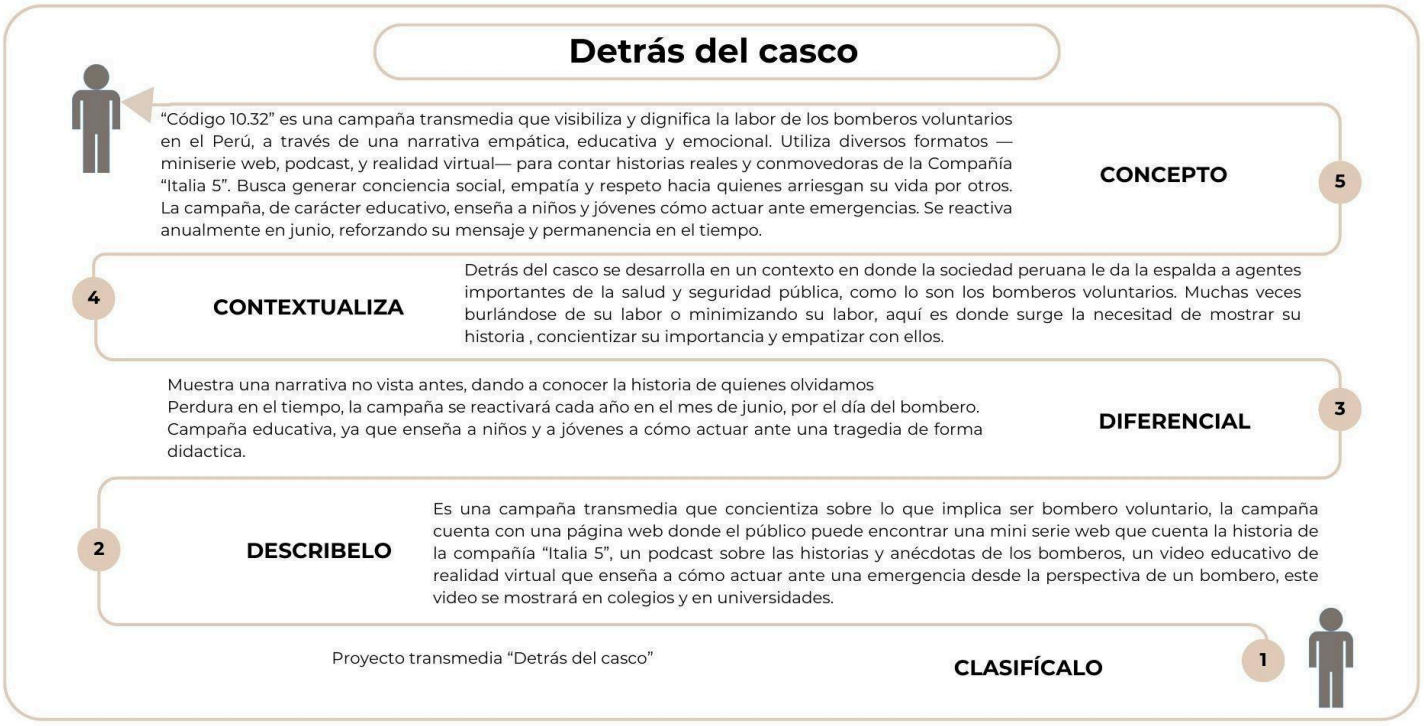



**Figura 6**

*Ruta de conceptualización*



### 2.5.4. Diseño de producto producto / servicio

El proyecto Bomberos: detrás del casco. Se configura como una experiencia transmedia orientada a revalorizar la labor de los bomberos voluntarios del Perú, tomando como núcleo narrativo la historia operativa y social de la Compañía Italia N.° 5 del Callao. La propuesta se articula mediante un conjunto de piezas audiovisuales, digitales y experienciales que permiten al usuario adentrarse en diversos niveles de profundidad narrativa, emocional y educativa.

El ecosistema ha sido diseñado para ofrecer múltiples puntos de entrada que facilitan una participación flexible según el grado de interés del usuario. Cada plataforma aporta un fragmento complementario del universo narrativo general y, en conjunto, conforman un recorrido inmersivo que promueve el reconocimiento, la empatía, la memoria colectiva y la cultura de prevención. El sistema combina formatos documentales, testimoniales, ficcionales y participativos, integrando soportes físicos y digitales para generar una comprensión más completa del voluntariado bomberil y de su impacto en la comunidad.

#### 2.5.4.1 Documental – Italia 5

El documental Italia 5 constituye la pieza troncal del proyecto. Se trata de una producción audiovisual de carácter expositivo y observacional que presenta, mediante registros directos y entrevistas, la experiencia cotidiana de los bomberos voluntarios de la Compañía Italia N.° 5. La pieza aborda elementos operativos, emociones vinculadas al servicio y desafíos estructurales del voluntariado bomberil.

La obra ha sido grabada en formato digital de alta resolución, de forma horizontal, con una duración de 15 minutos, empleando recursos cinematográficos que priorizan la captura de acciones reales, la intimidad de los testimonios y el acompañamiento visual de

intervenciones y rutinas de guardia. El documental se distribuye mediante la plataforma web del proyecto y espacios culturales, acompañándose de material educativo y elementos adicionales que permiten extender la experiencia hacia otras piezas del ecosistema transmedia.

Se eligió este formato ya que un documental permite explorar a profundidad y más humana la labor del bombero voluntario, creando una experiencia más informativa y emocional; a comparación de contenido rápido como un video de tiktok, un documental nos permite contar sin apuro las historias de los bomberos, conectando efectivamente con el usuario.

#### 2.5.4.2 Página web interactiva – Plataforma Código 10.32

La página web funciona como el núcleo de articulación del universo transmedia. Desde este espacio se concentran los accesos al documental, al cómic digital, al audiodrama, a la galería del concurso artístico y al calendario de actividades presenciales. La plataforma integra contenido interactivo, recursos informativos y elementos educativos orientados a fortalecer la comprensión sobre prevención y voluntariado.

El sitio ha sido diseñado bajo criterios de accesibilidad, navegabilidad y experiencia de usuario, ofreciendo un entorno responsivo adaptable a múltiples dispositivos. Sus componentes incluyen reproductores incrustados, visores gráficos, formularios de inscripción, galerías y módulos informativos. La plataforma permite además analizar métricas de interacción, facilitando procesos de evaluación y mejora continua.

La interfaz de esta página web contiene botones interactivos que conducen al documental, al cómic, al audiodrama y al concurso, unificando los productos transmedia.

Además de GIFs y animaciones breves que actúan como señalizadores visuales. Enlaces que conectan con redes sociales, formularios y módulos informativos y banners con códigos QR que redirigen hacia actividades presenciales como la feria inmersiva.

#### 2.5.4.3 Cómic digital 10:25 Emergencia Confirmada

El cómic digital 10:25 Emergencia Confirmada constituye una extensión ficcional basada en testimonios reales proporcionados por bomberos activos y veteranos. La obra se presenta en formato webcomic, con narrativa secuencial ilustrada que retrata situaciones inspiradas en intervenciones reales, experiencias de formación y desafíos emocionales vinculados al servicio.

Cada capítulo ha sido diseñado en composición vertical para lectura en dispositivos móviles, e integra un apartado documental denominado “Detrás del fuego”, donde se profundiza en el testimonio auténtico que originó el episodio. Esta pieza combina recursos narrativos gráficos con elementos informativos, lo que facilita la comprensión de la realidad bomberil desde un lenguaje accesible y visualmente atractivo.

Cada capítulo del cómic incluye:

- Botones asociados a escenas relevantes (“radio”, “camión 1”, “camión 2”), que permiten acceder a audios del audiodrama o extractos del documental relacionados.
- Comentarios y espacios de retroalimentación donde el usuario puede dejar opiniones.
- “Links” que conducen a la exposición de obras o a la página del concurso.

#### 2.5.4.4 Audiodrama 10:12 Permanezca en escucha

El audiodrama 10:12 Permanezca en escucha recrea escenas inspiradas en experiencias reales de emergencias mediante lenguaje sonoro, actuación vocal y diseño de ambientes auditivos. La serie sonora ofrece episodios breves que permiten al usuario

experimentar, desde la perspectiva auditiva, la tensión, la coordinación operativa y la emocionalidad asociada al trabajo bomberil.

Los episodios están concebidos como cápsulas inmersivas de 12 a 20 minutos, producidas en estudio con técnicas de grabación multicanal y diseño de sonido orientado a la verosimilitud sensorial. La serie se publica en plataformas de audio como Spotify, así como en la página web del proyecto, acompañándose de transcripciones, información contextual y vínculos hacia otras piezas narrativas, lo que favorece un recorrido interplataforma coherente.

#### 2.5.4.5 Exposición fotográfica y de dibujo 10:22 En Sintonía

La exposición 10:22 En Sintonía se desarrolla a partir de un concurso abierto que recopila obras fotográficas y de dibujo relacionadas con la figura del bombero voluntario y su impacto social. La muestra incorpora obras seleccionadas bajo criterios de calidad técnica, pertinencia temática y capacidad expresiva, y se estructura en una exhibición presencial y una galería digital en la plataforma del proyecto.

La exposición presencial emplea montaje museográfico profesional, señalización informativa y dispositivos narrativos que guían al visitante por las diversas interpretaciones visuales del voluntariado. La galería digital complementa la experiencia mediante fichas de obra, biografías de los autores, recursos hipertextuales y accesos a otras piezas transmedia. Esta estrategia contribuye a la construcción de memoria social y a la participación comunitaria.

#### 2.5.4.6 Feria bomberil inmersiva Circuito 10.29 Mantenerse alerta

La feria inmersiva Circuito 10.29 Mantenerse alerta constituye la experiencia física más activa del ecosistema. Este circuito simula condiciones básicas de entrenamiento bomberil mediante estaciones que requieren desplazamiento, fuerza, coordinación y resolución rápida. Además, incluye zonas educativas sobre prevención, demostraciones técnicas, talleres guiados y módulos de memoria institucional.

El diseño del circuito integra materiales resistentes, señalética clara, rutas de desplazamiento, puntos de seguridad y personal especializado para garantizar la experiencia y el bienestar de los participantes. La feria tiene como objetivo sensibilizar al público sobre las exigencias físicas y cognitivas del voluntariado, así como fomentar valores de solidaridad, responsabilidad y autoprotección.

#### 2.5.4.7 Mecánica del viaje del usuario

El viaje del usuario dentro de Bomberos: detrás del casco ha sido diseñado bajo un enfoque transmedia no lineal, en el cual cada punto de acceso funciona como una puerta independiente hacia el universo narrativo, pero todos los contenidos se articulan mediante enlaces, códigos QR, botones interactivos y mecanismos de retroalimentación que guían a la audiencia de una experiencia a otra.

A continuación, se describe un recorrido prototípico que integra los flujos señalados en los mapas del proyecto (botones de navegación, QR, enlaces cruzados y elementos interactivos):

- Primer acercamiento: el usuario llega por una pieza digital inicial

El ingreso más habitual ocurre a través de un contenido breve publicado en redes sociales, como un fragmento del documental, un panel del cómic digital o un clip promocional del audiodrama.

Estas piezas incluyen llamados a la acción, enlaces directos y códigos QR que redirigen a la página web central del proyecto, la cual funciona como eje de navegación.

- Página Web – Punto de convergencia

Al acceder a la web, el usuario encuentra un entorno diseñado para facilitar la exploración del ecosistema completo. Allí se despliegan los botones interactivos, los GIFS, enlaces y banners.

La página web presenta un diseño en el que cada elemento funciona como una pieza museográfica digital, permitiendo desplazamientos fluidos entre formatos sin forzar una secuencia única.

- Documental – Punto de profundización y sensibilidad

Al reproducir Bomberos: detrás del casco – Documental, el usuario accede a la mirada más íntima y testimonial del proyecto.

Durante o después de la visualización, la plataforma incorpora botones que permiten continuar la experiencia hacia:

- El cómic digital, para ampliar una historia mostrada en pantalla.
- El audiodrama, a través de accesos temáticos vinculados a episodios específicos.
- El concurso y exposición, invitando a explorar obras inspiradas en las vivencias reales del cuerpo bomberil.
- La feria inmersiva, por medio de un QR que incluye instrucciones y calendario de participación.

Este flujo transforma el documental en un detonante emocional que distribuye al usuario hacia diferentes nodos narrativos.

- Cómic digital – Interpretación gráfica del universo bomberil

Al acceder a 10:25 Emergencia Confirmada, el usuario inicia la lectura en formato webcomic mediante un visor optimizado.

El cómic actúa como un puente entre lo documental y lo ficcional, facilitando un acercamiento emocional mediante recursos visuales y gatillando una exploración interplataforma.

- Audiodrama – Inmersión sonora y reconstrucción emocional

El usuario puede acceder a 10:12 Permanezca en Escucha desde la web, desde botones internos del cómic o mediante un QR incluido en los banners del proyecto.

Durante el episodio, la plataforma ofrece:

- Enlaces hacia las historias gráficas que inspiraron la escena sonora.
- Accesos a las cápsulas documentales relacionadas con los hechos reales.
- Invitaciones a explorar testimonios del concurso o asistir a la exposición.

Esto convierte al audiodrama en una puerta sensorial que complementa el universo visual y amplifica la comprensión emocional del usuario.

- Concurso y exposición – Participación activa y memoria visual

Tras involucrarse con los contenidos previos, el usuario puede acceder a la exposición 10:22 En Sintonía a través de enlaces, banners o QR distribuidos en diversas plataformas.

La exposición ofrece:

- Una galería física y una versión digital sincronizada.
- Botones para explorar el documental con enfoque en memoria institucional.
- Enlaces hacia la feria inmersiva para profundizar desde lo experiencial.

Asimismo, el usuario puede participar enviando obras, lo que fortalece el sentido comunitario y de pertenencia.

- Feria bomberil inmersiva – Experiencia física como culminación del recorrido

Al llegar a la feria Circuito 10.29: Mantenerse alerta, el usuario vive una experiencia que combina aprendizaje, desafío físico y contacto directo con bomberos voluntarios.

En la feria se integran elementos digitales previamente utilizados:

- QR para descargar certificados, ver contenido documental complementario y continuar la experiencia digital tras la participación.
- Señalética interactiva inspirada en los botones y gráficos de la web.
- Estaciones vinculadas a historias vistas en el cómic o escuchadas en el audiodrama.

Al finalizar el recorrido, el usuario puede registrarse para recibir materiales educativos y continuar explorando las piezas digitales, cerrando el ciclo de manera coherente.

#### 2.5.4.8 Enfoque Triple Balance

El proyecto *Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia* se desarrolla como una propuesta cultural y educativa orientada a visibilizar la labor del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú mediante un ecosistema narrativo compuesto por piezas audiovisuales, digitales y experienciales. Su diseño integra dimensiones sociales, ambientales y económicas que, en conjunto, permiten evaluar su sostenibilidad y su aporte dentro del enfoque del triple balance.

En la dimensión social, el proyecto contribuye al reconocimiento del voluntariado bomberil mediante una representación humana y profunda de sus experiencias, desafíos operativos y responsabilidades comunitarias. A través de formatos complementarios documental, cómic digital, audiodrama, exposición artística y feria inmersiva se promueve la sensibilización ciudadana, el fortalecimiento de la cultura de prevención de riesgos y la reflexión sobre el rol del servicio voluntario en la sociedad peruana. Las actividades participativas, como el concurso y la exposición presencial, generan espacios de memoria

colectiva y fomentan la construcción de vínculos solidarios entre las comunidades y los bomberos.

Respecto al aporte ambiental, el proyecto contribuye indirectamente a la sostenibilidad mediante acciones orientadas a la formación de una cultura preventiva. Las distintas piezas narrativas difunden información sobre la reducción de riesgos de incendios, el uso responsable de materiales inflamables y la identificación de peligros en entornos urbanos. La feria *Circuito 10.29 Mantenerse alerta* refuerza este componente a través de simulaciones prácticas que permiten comprender las implicancias ambientales de los siniestros y las conductas preventivas necesarias para mitigarlos. Este enfoque fomenta prácticas ciudadanas responsables que reducen la incidencia de emergencias con impacto ambiental.

En cuanto a la dimensión económica, *Bomberos: detrás del casco* se configura como un emprendimiento cultural de modelo híbrido que combina misión social y sostenibilidad financiera. Su portafolio de activos transmedia contenidos audiovisuales, talleres educativos, consultorías especializadas, experiencias inmersivas, licencias y piezas para campañas de responsabilidad social empresarial permite diversificar ingresos, reinvertir en nuevas producciones y garantizar condiciones laborales justas para el equipo creativo. Las alianzas establecidas con instituciones educativas, organizaciones culturales y entidades vinculadas a la gestión del riesgo se conciben como intercambios de valor profesional, lo que contribuye a consolidar el proyecto dentro de las industrias culturales y creativas y asegura su viabilidad en el largo plazo.

### 2.5.5 Modelo de Negocio

#### 2.5.5.1 Socios clave

Como se muestra en la Figura 7, el proyecto Detrás del casco consta de una red de socios clave que garantizan su viabilidad operativa, legitimidad institucional y sostenibilidad social. El Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP), junto con las compañías de bomberos de Lima y Callao; en especial la Compañía Italia N.° 5, constituyen el aliado principal, al permitir el acceso directo a los espacios, rutinas y testimonios reales de los bomberos voluntarios, asegurando la autenticidad del contenido producido.

Asimismo, las instituciones educativas, ONG y entidades vinculadas a la prevención de riesgos cumplen un rol estratégico en la validación pedagógica del proyecto y en su difusión como herramienta de sensibilización ciudadana. Las empresas con programas de responsabilidad social empresarial (RSE), las plataformas digitales de distribución, los centros culturales y ferias actúan como socios complementarios que facilitan la exhibición del contenido, el financiamiento mediante auspicios y la proyección del proyecto a nuevos públicos, fortaleciendo su sostenibilidad en el tiempo.

#### 2.5.5.2 Actividades clave

Las actividades clave están orientadas a garantizar la producción, difusión y sostenibilidad del ecosistema narrativo en el tiempo. Estas actividades permiten que la propuesta se mantenga activa, escalable y alineada a su propósito social.

Entre las principales actividades se encuentra la producción continua de contenidos transmedia, que incluye la realización de nuevos documentales en diferentes regiones, audiodramas con nuevas historias contadas desde diferentes perspectivas, cómics digitales

con nuevos estilos de animación y piezas audiovisuales para plataformas digitales, permitiendo la expansión constante del universo narrativo y la incorporación de nuevas historias y contextos territoriales.

Asimismo, el proyecto contempla el desarrollo, actualización y mantenimiento de la plataforma web interactiva, concebida como el eje central del ecosistema transmedia y repositorio permanente de los contenidos, facilitando el acceso, organización y articulación de todas las piezas narrativas.

Otra actividad clave es la difusión y gestión de contenidos digitales, mediante redes sociales y plataformas de streaming, orientada a generar alcance, interacción y construcción de comunidad en torno al proyecto. Esta actividad se complementa con la gestión de alianzas estratégicas con instituciones educativas, organizaciones culturales, entidades públicas y empresas con enfoque social.

Finalmente, el proyecto considera la planificación y ejecución de experiencias presenciales, como ferias inmersivas, exposiciones y actividades educativas, que permiten trasladar la narrativa al espacio físico y reforzar el impacto social y educativo. Todo el proceso se acompaña de evaluación de impacto social, a través de encuestas y mecanismos de retroalimentación, que permiten medir percepción, empatía y alcance del proyecto.

#### 2.5.5.3 Propuesta de valor

La propuesta de valor de Bomberos: detrás del casco consiste en ofrecer una experiencia transmedia de innovación social que humaniza la figura del bombero voluntario y visibiliza su labor desde una perspectiva emocional, educativa y participativa. A través del documental y sus extensiones narrativas, el proyecto presenta historias reales que permiten comprender no sólo las funciones operativas del bombero, sino también las emociones, sacrificios y desafíos estructurales del voluntariado.

A diferencia de contenidos audiovisuales de consumo rápido y resumido, el proyecto propone una experiencia profunda y reflexiva que genera empatía, conciencia social y valoración ciudadana. Esta propuesta aporta valor tanto al público; fortaleciendo su sensibilidad social, como a la institución bomberil, al contribuir al fortalecimiento de su imagen pública y reconocimiento social.

#### 2.5.5.4 Relación con los clientes

La relación con los usuarios se construye a partir de un vínculo empático y participativo, mediado por la narrativa emocional, la interacción digital y presencial. El proyecto fomenta una comunidad digital activa mediante redes sociales, donde el storytelling funciona como principal herramienta de conexión emocional, invitando a la reflexión y a la participación ciudadana.

Asimismo, la experiencia se extiende a través de actividades inmersivas y educativas, como la feria y la exposición de fotografías, que permiten una relación más cercana y significativa con el contenido. Este enfoque fortalece el compromiso del usuario con la causa bomberil y favorece la continuidad de la relación más allá del consumo puntual del documental.

#### 2.5.5.5 Segmento de clientes

El proyecto está dirigido principalmente a bomberos voluntarios, jóvenes entre 14 y 30 años y a la ciudadanía general de Lima y Callao, con especial énfasis en aquellos interesados en temáticas sociales y culturales. Este segmento incluye tanto usuarios digitales activos como asistentes a espacios educativos y culturales.

De manera complementaria, el proyecto alcanza a instituciones educativas, entidades públicas y privadas con interés en iniciativas de impacto social, quienes pueden utilizar el contenido como recurso educativo, cultural o de sensibilización ciudadana, ampliando el alcance del proyecto.

#### 2.5.5.6 Recursos clave

Los recursos clave del modelo de negocio incluyen los productos transmedia desarrollados, así como los datos obtenidos a través de métricas digitales y encuestas aplicadas al público. Estos recursos permiten evaluar el impacto social del proyecto y respaldar su valor como iniciativa de innovación social.

Asimismo, las alianzas institucionales, la participación activa de los bomberos y el capital simbólico generado por la narrativa constituyen recursos intangibles fundamentales para la credibilidad, sostenibilidad y escalabilidad del proyecto.

#### 2.5.5.7 Canales

Los canales de distribución del proyecto se estructuran de manera integrada. La página web interactiva funciona como el núcleo del ecosistema, mientras que las redes sociales (TikTok, Instagram, YouTube y Facebook) operan como canales de difusión y atracción de públicos.

Las plataformas de streaming, como YouTube y Spotify, permiten el acceso continuo al documental y al audiodrama, mientras que las ferias, exposiciones y proyecciones

educativas actúan como canales presenciales que refuerzan la experiencia digital y amplifican el impacto social.

#### 2.5.5.8 Estructura de costos

La estructura de costos del proyecto comprende los gastos asociados a la producción audiovisual (documental, audiodrama y cómic), el desarrollo y mantenimiento de la página web interactiva y la logística necesaria para la realización de la feria inmersiva y exposiciones. A ello se suman costos de transporte, permisos, alquiler de espacios, marketing digital y honorarios de profesionales especializados.

Estos costos se orientan a garantizar un estándar de calidad técnica y narrativa que permita sostener el impacto social y la credibilidad del proyecto.

#### 2.5.5.9 Flujo de ingresos, sostenibilidad y escalabilidad

El flujo de ingresos de Bomberos: detrás del casco se estructura a partir de un modelo híbrido de financiamiento, el cual articula mecanismos de monetización digital, financiamiento social y alianzas institucionales, permitiendo asegurar la sostenibilidad económica del proyecto sin desvirtuar su propósito social y educativo.

Tal como se presenta en la Figura 7, el proyecto contempla diversas fuentes de ingreso complementarias. En primer lugar, la monetización de contenidos en plataformas digitales como YouTube, TikTok y Spotify posibilita la generación de ingresos a partir de visualizaciones, reproducciones y alcance orgánico de las piezas audiovisuales y sonoras. De manera complementaria, la comercialización de merchandising y materiales educativos

durante ferias, exposiciones y actividades presenciales contribuye a diversificar las fuentes de financiamiento y fortalecer la identidad del proyecto.

Asimismo, la estructura financiera incluye aportes voluntarios y donaciones ciudadanas, los cuales refuerzan el vínculo entre el proyecto y la comunidad, promoviendo la participación activa del público en la sostenibilidad de la iniciativa. A estas fuentes se suman los auspicios de empresas, marcas y organizaciones no gubernamentales con enfoque en responsabilidad social, así como el acceso a fondos culturales, subvenciones y convocatorias públicas, orientados a financiar la producción de nuevas piezas y la expansión del ecosistema transmedia.

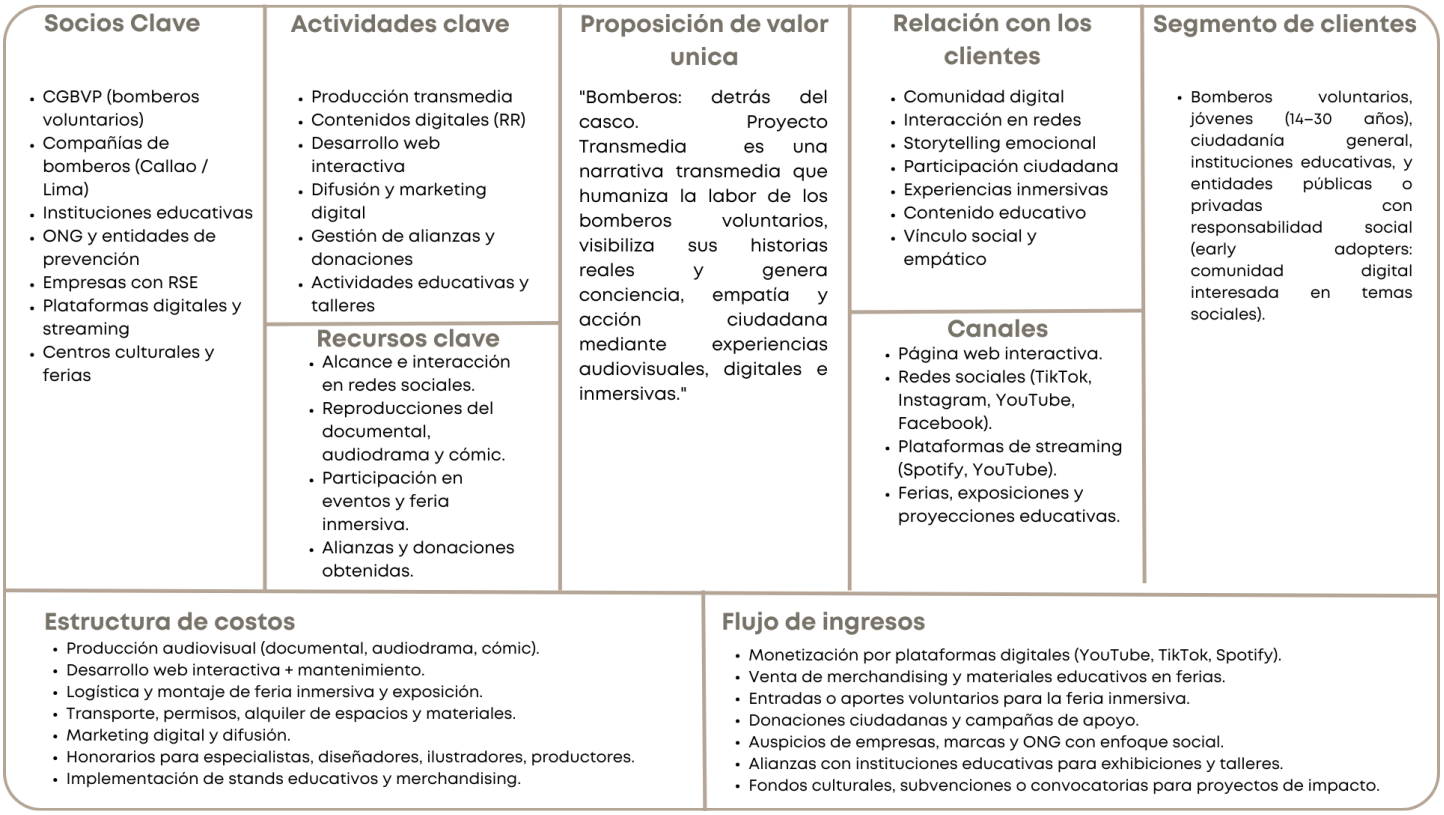
En términos de escalabilidad, el modelo de negocio ha sido concebido como una estructura replicable y adaptable, lo que permite su implementación progresiva en distintas compañías de bomberos voluntarios de Lima, Callao y, posteriormente, en otras regiones del país. Esta escalabilidad se sustenta en una lógica narrativa y metodológica estandarizada, que facilita la incorporación de testimonios locales, problemáticas territoriales específicas y nuevos contextos socioculturales, sin requerir la reformulación del modelo base. De este modo, el proyecto posibilita la producción de nuevos documentales, tomos del cómic y capítulos del audiodrama, manteniendo coherencia conceptual y pertinencia social.

De manera complementaria, la plataforma web interactiva desempeña un rol estratégico en la sostenibilidad a largo plazo del proyecto, al consolidarse como un repositorio digital permanente orientado a la preservación de la memoria bomberil, la educación preventiva y la sensibilización ciudadana. A diferencia de las redes sociales, caracterizadas por la temporalidad y dispersión de los contenidos, la plataforma web permite la sistematización, almacenamiento y consulta continua de los materiales producidos, asegurando su vigencia y proyección en el tiempo. Este espacio digital puede integrarse

progresivamente a programas educativos, campañas de prevención y acciones institucionales, ampliando el impacto social del proyecto más allá de los periodos de exhibición inicial.

**Figura 7**

*Modelo de negocio*



### 2.5.6 Resultados esperados

El resultado ideal de Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia es lograr que la sociedad reconozca de forma más consciente y sostenida la labor de los bomberos voluntarios, transformando la percepción pública desde el asombro momentáneo hacia el reconocimiento duradero y la acción solidaria. El proyecto aspira a convertirse en un referente nacional de comunicación social y transmedia educativa, capaz de influir en el cambio cultural y de contribuir a la valorización del voluntariado como pilar del bienestar colectivo.

A nivel comunicacional, se espera alcanzar una alta difusión digital mediante estrategias multiplataforma, con presencia constante en redes sociales, medios educativos y espacios culturales. Esta expansión permitirá generar interacción social, debate público y participación activa, consolidando una comunidad virtual de apoyo a los bomberos voluntarios.

Desde la perspectiva del impacto social, *Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia* busca incrementar el interés ciudadano por el voluntariado y motivar a instituciones públicas y privadas a fortalecer las políticas de apoyo al Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP). Además, se prevé que sus contenidos sean empleados como material educativo y de sensibilización en escuelas, universidades, museos y programas de formación cívica, contribuyendo así a la formación de una ciudadanía empática, consciente y comprometida con la prevención.

En términos de sostenibilidad, el proyecto se plantea como una iniciativa rentable a largo plazo, al combinar impacto social con modelos de monetización ética. La producción y difusión de contenido audiovisual en plataformas digitales permitirá generar ingresos continuos a través de vistas, reproducciones y colaboraciones con marcas, lo que garantizará

la reinversión en nuevas temporadas, actualizaciones tecnológicas y campañas de impacto social. Esta rentabilidad digital se acompañará del crecimiento orgánico de la comunidad, lo que aumentará la visibilidad y posicionamiento del proyecto, atrayendo auspicios, alianzas y donaciones voluntarias.

En cuanto a los propios bomberos, se espera que el éxito del proyecto repercuta directamente en su beneficio institucional y simbólico. La exposición mediática positiva y la sensibilización social facilitarán nuevas oportunidades de apoyo económico, equipamiento, becas de formación y programas de mejora de infraestructura, gestionados a partir de la atención pública y privada que el proyecto logre generar. Con ello, Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia no solo busca mostrar su sacrificio, sino también transformar su realidad laboral y social, impulsando la profesionalización y el fortalecimiento del cuerpo voluntario.

A largo plazo, el proyecto aspira a convertirse en un ecosistema comunicativo autosostenible, con capacidad de producir nuevas piezas transmedia (series web, podcasts, documentales complementarios) y expandirse a otros territorios del país. Su crecimiento se sustentará en la popularización progresiva del contenido, que, mediante la viralización en redes, la participación de influencers con propósito social y el respaldo de entidades culturales, logrará posicionar a Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia como una marca reconocida de responsabilidad y orgullo nacional.

### 2.5.7 Prototipos desarrollados

Durante la fase de diseño, se desarrollaron prototipos de baja y alta fidelidad con el fin de validar la propuesta.

Antes de realizar los prototipos, se trazaron objetivos para lograr aceptación del usuario, estos prototipos deben lograr que cada producto de la narrativa transmedia se sostenga por sí sola pero que se entienda la conectividad entre todos, que se entiendan sus propósitos a profundidad creando un impacto emocional en los usuarios (ver Figura 8)

Con respecto a los prototipos de baja fidelidad, como se muestra en la Figura 9, se realizaron los prototipos del cómic, que consistió en bocetos a lápiz de algunas situaciones dramáticas siguiendo una narrativa coherente. Asimismo, como se muestra en la Tabla 2, se elaboró la escaleta del documental, estableciendo los temas que se tocaron y los personajes dentro de ellos. En general, estos prototipos estuvieron centrados en transmitir cercanía, empatía y realismo.

Posteriormente, se avanzó hacia prototipos de alta fidelidad, que contemplaron un teaser audiovisual del documental, el piloto del audiodrama 10:12 Permanezca en escucha, las primeras páginas del cómic y el diseño funcional del sitio web. Estas pruebas permitieron evaluar la recepción estética y emocional del público, así como ajustar los mensajes y formatos de acuerdo con el nivel de comprensión y conexión con la audiencia. (ver Figuras 10, 11, 12, 13).

**Figura 8**

*Tabla de creación de prototipo*

| ¿Que probará el prototipo? | Objetivos | Trabajo de taller |
|---|---|---|
| • Que se puede dar a conocer el mensaje con claridad.<br>• Que se puede crear impacto emocional en los usuarios.<br>• Que el uso de varios proyectos entrelazados (transmedia) facilita la interacción<br>• Que nuestra propuesta llama la atención.<br>• Cómo mostrar el riesgo que enfrentan los bomberos.<br>• Cómo comunicar su entrega y sacrificio.<br>• Cómo motivar una respuesta emocional o acción por parte del público. | • Que se logre entender la razón de ser de cada transmedia.<br>• Conocer que tan interesado está el público con nuestra propuesta.<br>• Conocer su opinión sobre como nuestra propuesta puede cambiar la percepción de la ciudadanía sobre los bomberos. | • Para el desarrollo del prototipo del proyecto transmedia se necesitarán guionistas, artistas dibujantes,<br>• Modelo 3d para el plano de la feria.<br>• Mock ups de flyers/portadas.<br>• Desarrolladores de sistemas para la página web.<br>• Herramientas de grabación de audio. |

| | |
|---|---|
| **Contacto usuario - prototipo** | • El 60% considera que el contenido refleja adecuadamente la problemática que viven los bomberos voluntarios del Perú<br>• El 90% de usuarios menciona que desean ver reflejado la realidad de la vida de los bomberos fuera de oficio, y como el ser voluntarios en el cuerpo de bomberos afecta a su vida personal.<br>• Los usuarios opinan que la problemática radica desde la desinformación, por eso apoyan el objetivo principal del proyecto, que es dar visibilidad a la importancia del rol bomberil. |

**Figura 9**

*Prototipado de baja fidelidad: Bocetos de dibujo del cómic*

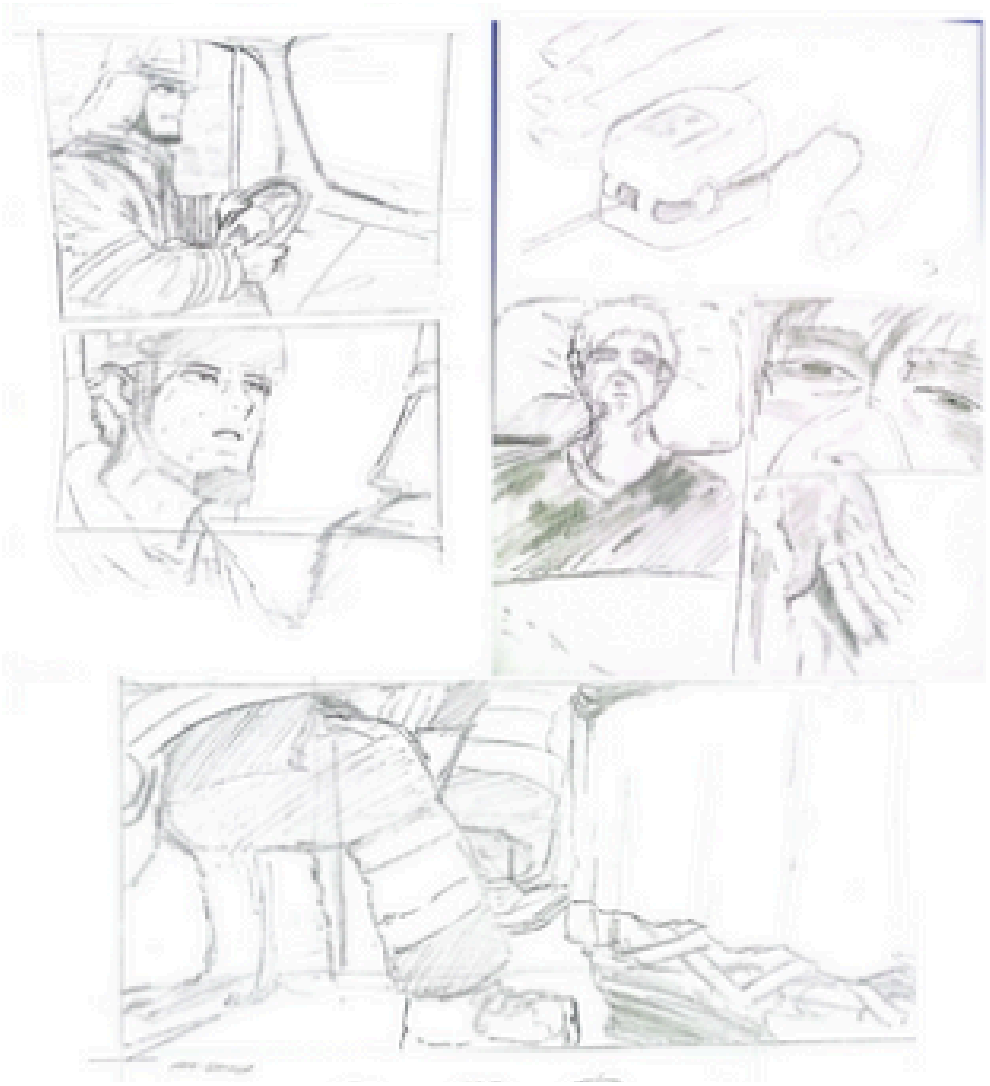


**Tabla 2**

*Prototipado de baja fidelidad: Escaleta de documental*

| Proyecto | Formato | Foco principal | Elemento Diferenciador |
|---|---|---|---|
| 1 | Historia | 1. Infancia y crianza: dónde nacieron y cómo crecieron.<br>2. Vida diaria fuera del cuartel: trabajos, rutinas y familia.<br>3. Motivaciones personales:<br>4. ¿por qué decidieron ser bomberos?<br>5. 5. Cómo conocieron la compañía y qué los impulsó a unirse.<br>6. Momento clave que definió su decisión. | En este segmento conoceremos la historia personal de los bomberos: su infancia, su vida fuera del cuartel, y qué los llevó a unirse a la compañía. Una mirada cercana para entender quiénes son antes de ponerse el uniforme. |
| 2 | Áreas | 1. Creación<br>2. Roles y responsabilidades<br>3. Distribución y coordinación<br>4. Capacitación<br>5. Donaciones | Este segmento explica cómo está organizada internamente una compañía de bomberos, tanto a nivel fisico como a nivel funcional. Por último, se explicarán cómo funcionan las donaciones y como conectan con el lado más humano de los bomberos. |
| 3 | Preparación | 1. Preparación mental y emocional | Este segmento se enfoca en el proceso de formación que |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 2. Entrenamientos físicos<br>3. Instrucción en manejo de<br>4. Gustos (como lo relacionan a su vida personal | atraviesan los bomberos para estar listos ante cualquier situación. Se presenciará como se forja la disciplina, el compromiso y las habilidades necesarias para enfrentar emergencias reales.. |
| 4 | Emergencias | 1. Tipos de emergencia<br>2. Protocolo de respuesta<br>3. Distribución de funciones<br>4. Riesgos personales y toma de decisiones<br>5. Casos emblemáticos | Este segmento muestra el momento donde se pone a prueba todo el entrenamiento del personal. A través de imagenes reales y testimonios, conoceremos como se vive las emergencias desde dentro. |
| 5 | Prevención | 1. Campañas de concientización<br>2. Errores comunes en hogares<br>3. Ejemplos reales | Esta sección se centra en la importancia de la prevención de emergencias en los hogares, buscando educar a la comunidad sobre prácticas seguras. Se analizarán los errores más comunes que suelen cometer las familias y como estos aumentan el riesgo de accidentes. |
| 6 | Veteranos | 1. Trayectoria de los bomberos<br>2. Cambios en el cuartel | Este segmento está dedicado a los bomberos veteranos, explorando su |

| | | |
|---|---|---|
| | 3. Lecciones o historias<br>4. Su rol actual dentro del grupo<br>5. Reflexiones sobre el futuro del voluntariado. | valiosa trayectoria y la evolución de la cultura dentro del cuartel a lo largo del tiempo. |

*Nota. elaboración propia*

**Figura 10**

*Prototipado de alta fidelidad: Avance de página web*



**Figura 11**

*Prototipado de alta fidelidad: Ejemplo de plano dentro de trailer del documental*



**Figura 12**

*Prototipado de alta fidelidad: Plano de estructura del circuito feria inmersiva 10.29*

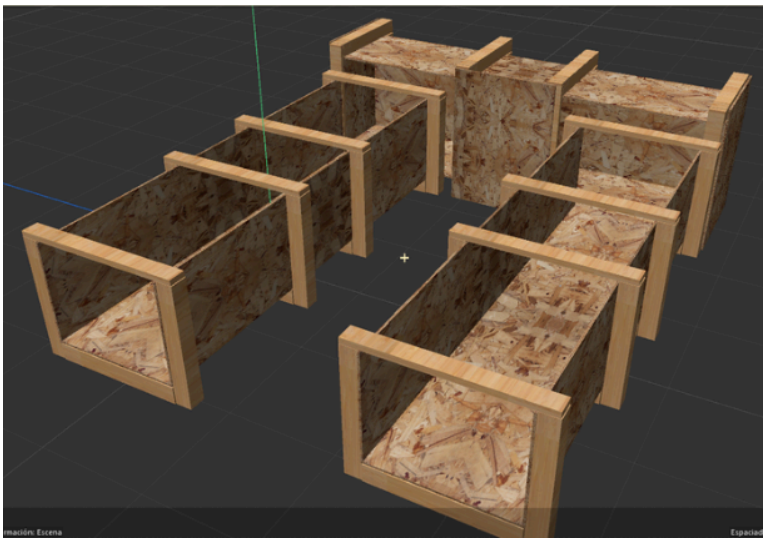


**Figura 13**

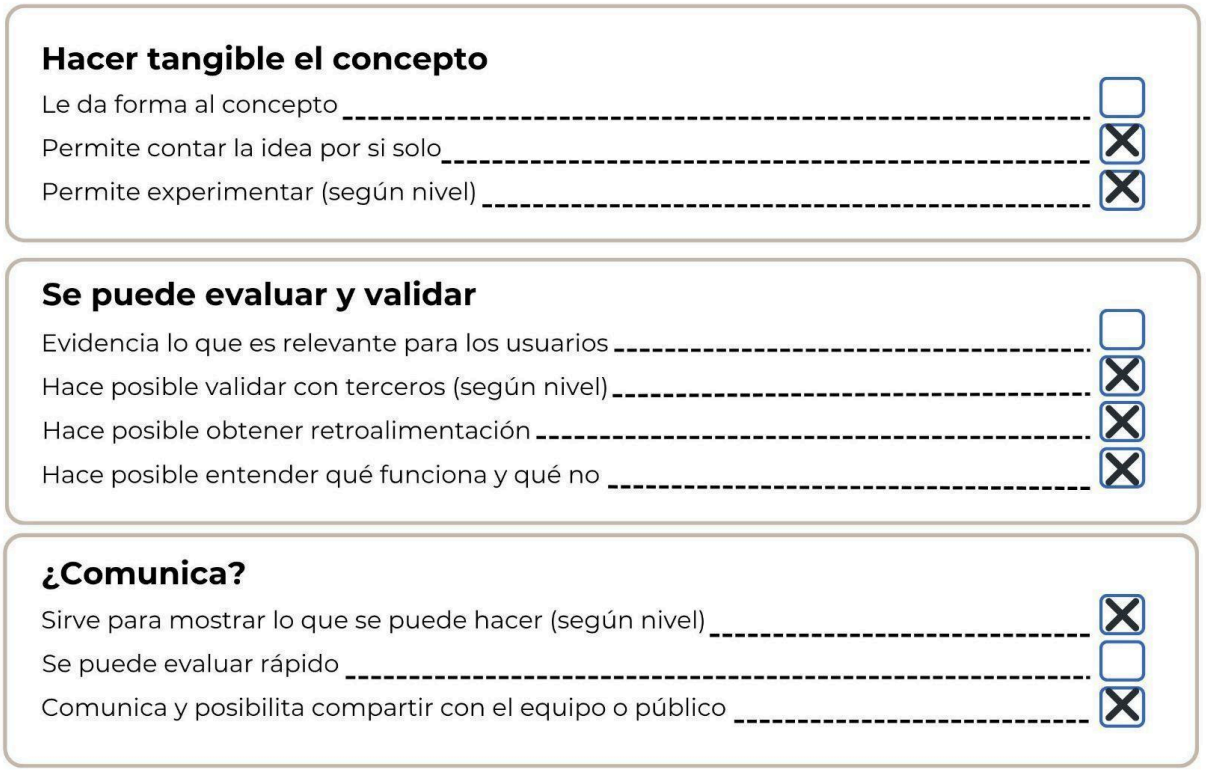
*Prototipado de alta fidelidad: Primer episodio de audio drama publicado en la plataforma de streaming Spotify.*




Como se muestra en la Figura 14, el prototipo permitió que la idea y concepto general del proyecto sea tangible, para después poder ser validado por terceros y acceder a una retroalimentación.

**Figura 14**

*Checklist de prototipado*




### 2.5.8 Experimentos

Durante la fase experimental del proyecto Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia, se llevaron a cabo diversas pruebas orientadas a medir la recepción, el nivel de conexión emocional y la comprensión del mensaje por parte del público objetivo. Estas actividades permitieron validar la pertinencia del enfoque transmedia y la efectividad de los recursos narrativos aplicados en los diferentes formatos.

En la Figura 15, se presenta la percepción de los participantes respecto a los prototipos iniciales del proyecto. Los resultados muestran que una amplia mayoría de encuestados manifestó interés y empatía hacia las historias de los bomberos, destacando la autenticidad de los testimonios y el valor humano reflejado en las piezas audiovisuales. La

evaluación también reveló una preferencia significativa por los formatos audiovisuales y sonoros, especialmente el documental y el audiodrama, por su capacidad de generar inmersión y emoción real. Estos hallazgos confirman que la narrativa sensorial y testimonial es un recurso altamente eficaz para sensibilizar al público juvenil.

Asimismo, la Figura 16 refleja los niveles de aceptación y comprensión del concepto general del proyecto. Los datos evidencian que más del 80 % de los participantes comprendió el propósito social y educativo de Bomberos: detrás del casco. Proyecto Transmedia, identificándose como una iniciativa que promueve tanto la valoración del servicio voluntario como la cultura de prevención. Se observó además un alto grado de recordación emocional, con respuestas que mencionaron términos como “orgullo”, “vocación”, “solidaridad” y “respeto”. Esto demuestra que la propuesta comunicacional logró trascender el mero interés informativo para generar una respuesta afectiva sostenida.

De manera complementaria, las observaciones cualitativas obtenidas durante el testeo señalaron que los participantes valoraron la inclusión de imágenes inéditas de intervenciones reales y los relatos de bomberos veteranos, considerándolos elementos diferenciadores que aportan credibilidad y profundidad al proyecto. Asimismo, se recomendó potenciar la difusión digital de las piezas para alcanzar una audiencia más amplia, especialmente a través de redes sociales y espacios educativos.

**Figura 15**

*Tabla receptora*

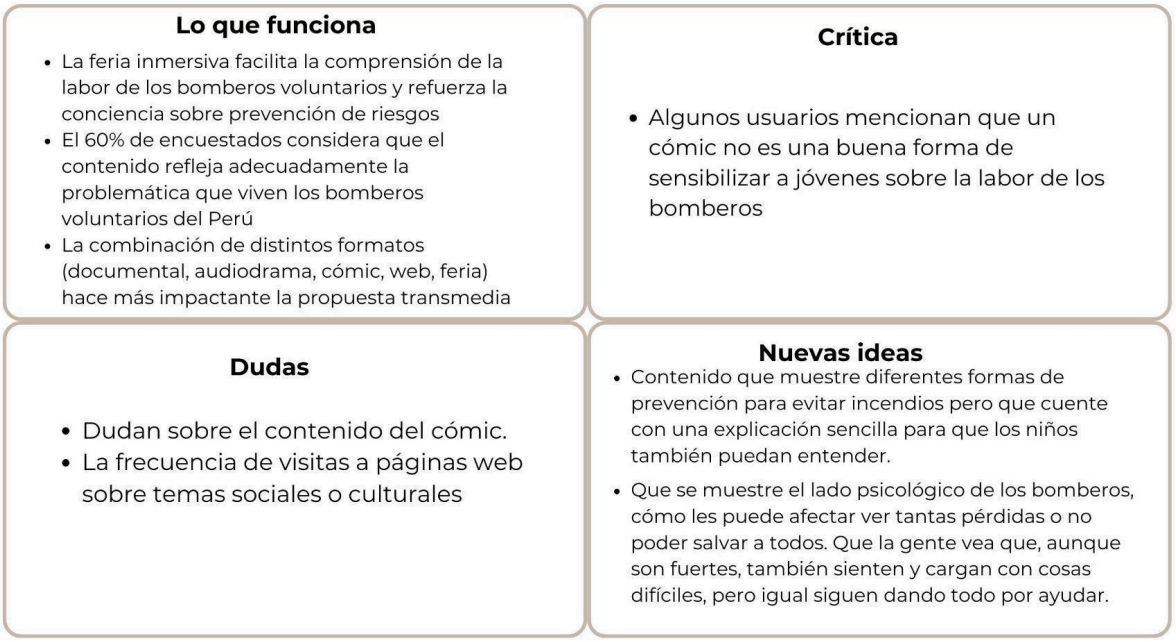



**Figura 16**

*Tablero UX*



### 2.5.9 Resumen del proyecto de innovación

El proyecto Bomberos: Detrás del casco. Proyecto Transmedia se desarrolla como una propuesta cultural, educativa y comunicacional orientada a visibilizar la labor del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú, tomando como caso central a la Compañía Italia N.° 5 del Callao. La iniciativa surge frente a la limitada percepción ciudadana respecto a las condiciones reales del voluntariado bomberil y las deficiencias estructurales que enfrentan, tales como escasez de equipamiento, falta de reconocimiento social y compromisos operativos que afectan su sostenibilidad institucional.

El proyecto articula un ecosistema transmedia compuesto por un documental, un audiodrama, un cómic digital, una página web interactiva, un concurso artístico con exposición fotográfica y una feria inmersiva. Cada formato funciona como un punto de acceso independiente pero conectado mediante enlaces, códigos QR y elementos interactivos que guían al usuario a través de una narrativa integral centrada en la experiencia humana, emocional y operativa del bombero voluntario.

La propuesta fue diseñada utilizando metodologías de *Design Thinking* y *Lean Startup*, lo que permitió comprender al usuario representado en el prototipo por un bombero voluntario adulto joven y validar la pertinencia del enfoque mediante prototipos de baja y alta fidelidad. Los experimentos evidenciaron una alta aceptación y conexión emocional por parte del público objetivo, principalmente jóvenes de 15 a 30 años y profesionales interesados en la comunicación y la cultura cívica. Asimismo, se identificó una fuerte valoración de los formatos audiovisuales y sonoros por su capacidad para generar inmersión y recordación afectiva asociada a valores de solidaridad y vocación de servicio.

Desde el enfoque del triple balance, el proyecto contribuye al fortalecimiento de la cultura de prevención y a la humanización del voluntariado (dimensión social), promueve

prácticas de conciencia y prevención de riesgos ambientales (dimensión ambiental) y plantea un modelo de sostenibilidad basado en alianzas institucionales, difusión digital y potencial monetización ética del contenido (dimensión económica).

Asimismo, Bomberos: detrás del casco se proyecta como un referente de comunicación social con propósito educativo, con capacidad de ampliarse hacia nuevas temporadas del audiodrama, extensiones del cómic y futuras activaciones experienciales. De igual manera, su crecimiento podría favorecer la profesionalización y el reconocimiento público del cuerpo de bomberos voluntarios, consolidando una red de apoyo entre ciudadanía, instituciones y actores vinculados a la gestión del riesgo y la cultura comunitaria.

## 3. Estimación de Costos

### 3.1 Presupuesto

Como se muestra en la Tabla 3, el presupuesto tiene como finalidad detallar de manera organizada y transparente los recursos económicos necesarios para el desarrollo integral del proyecto *"Bomberos: detrás del casco"*. Este proyecto transmedia contempla diversas fases de producción, difusión y ejecución de actividades que requieren una planificación financiera precisa, permitiendo garantizar su viabilidad técnica, operativa y narrativa.

La estructura presupuestal se ha organizado en siete categorías principales: producción, página web interactiva, documental, cómic, audiodrama, concurso de arte y exposición fotográfica, y circuito de supervivencia y feria. Cada categoría incluye los insumos, servicios y materiales indispensables para su implementación, así como sus respectivos costos unitarios y subtotales.

Este enfoque permite identificar con claridad las necesidades de inversión en cada componente del proyecto y asegurar el uso adecuado de los recursos disponibles. De esta manera, el presupuesto no solo cumple una función administrativa, sino que también contribuye a la correcta planificación y ejecución de las actividades, garantizando la coherencia entre los objetivos del proyecto, sus procesos operativos y los resultados esperados.

**Tabla 3**

*Presupuesto del proyecto transmedia inicial*

| Categoría | Ítem | Unidad | Descripción | Precio unitario (S/.) | Subtotal (S/.) |
|---|---|---|---|---|---|
| Producción | Google Storage | Paquete | Servicio de almacenamiento (2TB) | 48.4 | 48.4 |
| | Paños amarillos | Unidad | Insumos de limpieza | 12 | 12 |
| | Polos de producción | Paquete | Indumentaria para el equipo | 234 | 234 |
| | Merch para jurado | Paquete | Polos, tote bags, stickers, pines, linternas y cascos decorativos | 70 | 70 |
| | Bebidas para rodajes | Paquete | Bebidas (12 unidades) para grabación | 29.5 | 29.5 |
| | Plumones y papelógrafos | Paquete | Materiales para claqueta y planificación | 18.5 | 18.5 |
| | Impresión de guiones | Paquete | Impresión de guiones de actores | 40 | 40 |
| | Transporte de scouting | Paquete | Movilidad para reconocimiento de locaciones | 41.5 | 41.5 |
| Subtotal de producción | | | | | 439.9 |
| Página web interactiva | Dominio (.com) | Unidad | Adquisición del dominio oficial | 75 | 75 |
| | Hosting | Unidad | Espacio de alojamiento para el servidor | 220 | 220 |
| | Storage | Unidad | Capacidad de almacenamiento asociada a la web | 130 | 130 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Operacional | Unidad | Desarrollo y programación de la web | 527 | 527 |
| | | | Subtotal página web | | 952 |
| Documental | Transporte de producción | Paquete | Movilidad para el equipo técnico | 628.4 | 628.4 |
| | Transporte de personajes | Paquete | Movilidad para participantes | 553.6 | 553.6 |
| | Transporte de extras | Paquete | Movilidad para extras/apoyo | 349.5 | 349.5 |
| | Refrigerio | Paquete | Almuerzos para el equipo | 428 | 428 |
| | Arte | Unidad | Materiales del área de arte | 400 | 400 |
| | | | Subtotal documental | | 2359.5 |
| Cómic | Capítulo 1 | Paquete | Producción de la primera parte | 739.6 | 739.6 |
| | Capítulo 1.2 | Paquete | Producción de la segunda parte | 739.6 | 739.6 |
| | | | Subtotal cómic | | 1479.2 |
| Audiodrama | Actor 1 | Paquete | Honorarios y transporte | 50 | 50 |
| | Actor 2 | Unidad | Honorarios | 50 | 50 |
| | Actor 3 | Unidad | Honorarios | 100 | 100 |
| | Actor 4 | Paquete | Honorarios y transporte | 60 | 60 |
| | Actor 5 | Unidad | Honorarios | 200 | 200 |
| | Actor 6 | Paquete | Honorarios y transporte | 34 | 34 |
| | | | Subtotal Audiodrama | | 494 |
| Concurso de arte y exposición fotográfica | Premio primer puesto | Unidad | Premiación en efectivo | 250 | 250 |
| | Premio segundo puesto | Unidad | Premiación en efectivo | 150 | 150 |
| | Premio tercer puesto | Unidad | Premiación en efectivo | 50 | 50 |
| | Alquiler Casa club huanta | Paquete | Alquiler del espacio por día | 350 | 350 |
| | Transporte | Paquete | Movilidad para producción | 289.1 | 289.1 |
| | Arte | Paquete | Materiales del área de arte | 493 | 493 |
| | Transporte de arte | Paquete | Traslado de artículos artísticos | 185 | 185 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Impresión de obras | Paquete | Impresión de fotografías y dibujos | 160 | 160 |
| | Catering | Paquete | Refrigerio y utensilios para evento | 110 | 110 |
| | Logística menor | Paquete | Papel higiénico | 3 | 3 |
| Subtotal Concurso y exposición | | | | | 1986.1 |
| Circuito de supervivencia y feria | Arte | Paquete | Materiales del área de arte | 633.4 | 633.4 |
| | Circuito (3 niveles) | Paquete | Construcción de los circuitos de madera | 738.4 | 738.4 |
| | Transporte del circuito | Paquete | Movilidad de módulo de madera | 50 | 50 |
| | Transporte general | Paquete | Movilidad de producción y alquileres | 289.1 | 289.1 |
| | Alquiler de equipos | Paquete | Sistema Yolobox, transmisores, SSD, batería, estación de energía y router | 1462.4 | 1462.4 |
| | Alquiler de mesas grandes | Paquete | 5 mesas grandes | 110 | 110 |
| | Alquiler de mesas pequeñas | Paquete | 10 mesas pequeñas | 100 | 100 |
| | Premios | Paquete | Dulces para participantes | 16 | 16 |
| | Logística básica | Paquete | Agua, papel higiénico bolsas y vasos | 27.8 | 27.8 |
| Subtotal Circuito y feria | | | | | 3427.1 |
| TOTAL GENERAL | | | | | 11137.8 |

*Nota. Elaboración propia.*

## IV. Conclusiones y recomendaciones

### 4.1 Conclusiones

En conclusión, el proyecto Detrás del casco cumple el objetivo de visibilizar y humanizar al bombero voluntario, trascendiendo de la figura tradicional bomberil hacia una comprensión más profunda de su vocación, valentía y sacrificio colectivo. Asimismo, la estrategia transmedia y prototipos presentados demostró ser muy eficaz, ya que generó un gran interés y empatía por parte del público objetivo mediante el uso de testimonios auténticos y formatos inmersivos (documental y audiodrama), lo cual resultó en una recordación emocional positiva y asociada a valores de solidaridad y respeto.

Finalmente, se constata el potencial del proyecto como un referente de comunicación con propósito social y educativo, capaz de movilizar la percepción pública desde el reconocimiento momentáneo hacia la acción y la conciencia ciudadana sobre la importancia de esta labor voluntaria.

### 4.2 Recomendaciones

En base a los hallazgos, se recomienda planificar la reinversión continua para garantizar la sostenibilidad del proyecto a través del tiempo, realizar la producción de otras ferias y concursos de fotografía, expandir las temporadas del audio drama, ampliar las historias del documental y del cómic; esto permitirá posicionar al proyecto como un referente informativo y de valor ante la sociedad peruana.

En la misma línea, se recomienda potenciar la estrategia de difusión, tanto en redes sociales como en las activaciones presenciales, esto es esencial para generar una

comunidad y audiencia participativa y que interactúe activamente con las piezas gráficas, videos, y experiencias presenciales.

Por otro lado, el proyecto tiene un gran potencial para crecer en el mercado peruano debido a la falta de competencias directas, por lo tanto se recomienda aplicar mejoras constantes y seguimiento a cada formato, de esa forma asegurarse que las piezas finales cumplan con una calidad de estándar alto, tanto en técnica como en lo narrativo.

Por último, se recomienda reforzar las alianzas y recursos externos; siguiendo el modelo de negocio elegido, buscar obtener resultados y crecimiento orgánico en las plataformas digitales, es mucho más fácil atraer a nuevos auspiciadores y alianzas estratégicas, ya sean instituciones sin fines de lucros, instituciones educativas, ONG y patrocinadores que abogan por la responsabilidad social.

## V. Referencias


Arteaga, L. (2017). Historia del cuerpo de bomberos en el Perú: Vocación y servicio [Tesis de grado]. http://hdl.handle.net/20.500.12404/12992

Berríos, M. R. (2024, 26 de diciembre). Voraz incendio en Breña es controlado luego de tres horas: Más de 30 familias quedaron damnificadas. Infobae. https://www.infobae.com/peru/2024/12/26/voraz-incendio-en-brena-consume-almacen-y-quinta-nueve-unidades-de-bomberos-tratan-a-apagar-el-fuego/

Canal N. (2024, 12 de febrero). San Miguel: Controlan incendio en depósito de productos químicos. https://canaln.pe/actualidad/san-miguel-reportan-incendio-deposito-productos-quimicos-n470813

Castro, J. (2025, 9 de marzo). Bomberos que intentan apagar incendio en Cercado de Lima increpan al Gobierno: "Nos dejan solos". La República. https://larepublica.pe/sociedad/2025/03/09/bomberos-que-intentan-apagar-incendio-en-cercado-de-lima-increpan-al-gobierno-nos-dejan-solos-746442

Coz Vargas, J. C. (2009). Historia del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Perú: Al cierre del milenio (1860–2000). Comandancia General del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Perú. https://portal.bomberosperu.gob.pe/wp-content/uploads/2024/11/Libro-Historia-CGBVP-AL-CIERRE-DEL-MILENIO.pdf

Contraloría General de la República. (2023). Informe de Auditoría Nº 006-2023-2-3601-AC Gestión del Equipamiento de las Compañías de Bomberos de Lima Metropolitana: Año 2023. Gobierno del Perú.

https://apps8.contraloria.gob.pe/SPIC/srvDownload/ViewPDF?CRES_CODIGO=2023CPO360100008&TIPOARCHIVO=ADJUNTO

Infobae. (2021, 19 de octubre). Cercado de Lima: Fuga de gas natural alarma a trabajadores de la avenida Argentina. https://www.infobae.com/america/peru/2021/10/19/cercado-de-lima-fuga-de-gas-natural-alarma-a-trabajadores-de-la-avenida-argentina/

Maguiña Presa, A. Escuela superior del cuerpo general de bomberos voluntarios del Perú. http://hdl.handle.net/10757/672248

Martínez, P. L. R. (2025, 13 de octubre). Barrios Altos: Bomberos controlan incendio en un almacén de la cuadra 13 del jirón Santa Rosa. RPP. https://rpp.pe/lima/actualidad/barrios-altos-incendio-almacen-ubicado-en-la-cuadra-13-del-jiron-santa-rosa-noticia-1659233

RPP. (2016, 19 de octubre). Confirman la muerte de los tres bomberos en el incendio en el almacén del Minsa. https://rpp.pe/lima/actualidad/un-incendio-se-reporta-en-una-fabrica-de-zapatos-en-el-agustino-noticia-1003359

Panamericana Televisión. (2022, 04 de diciembre). Para hacerle frente a la niña costera: 230 nuevos bomberos voluntarios se graduaron en lima. Recuperado el 26 de octubre del 2023, de https://panamericana.pe/eldominical/locales/366570-hacerle-frente-ninacostera-230-nuevos-bomberos-voluntarios-graduaron-lima

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.

https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-II/Aportaciones%202013/Scolari-Narrativas%20transmedia-Cap1.pdf

Tomatis, F. (2018). Voluntariado y vocación de servicio en el CGBVP [Tesis de grado, Universidad del Pacífico]. http://hdl.handle.net/20.500.12404/12992

Valverde, R. S. (2024, 26 de diciembre). Incendio arrasó un almacén y una quinta en Breña. Canal N. https://canaln.pe/actualidad/incendio-arraso-almacen-y-quinta-brena-n479406

Zela Oyardo, S. N. (2020). Plan estratégico para un centro de capacitación y estación de bomberos en la Provincia Constitucional del Callao–Perú, 2018 [Tesis de grado].

## VI. Anexos

### 6.1 Anexo 1 - Resultados de las encuestas

**Resultados de la encuesta (36 personas)**

**Pregunta 1: ¿Cuál es tu edad?**

- 39,9% (14 personas) 25 - 34 años
- 33.3% (12 personas) 45 - 55 años
- 22% (8 personas) 35 - 44 años
- 4.8 % (2 personas) 18 - 24 años

La compañía tiene tanto bomberos jóvenes como bomberos con mayor experiencia, pero con mayor presencia del rango adulto joven.

**Pregunta 2: ¿Cuántos años llevas como bombero?**

- 53.3% (21 personas) Más 6 de años
- 19.4% (7 personas) 1-3 años
- 13.9% (5 personas) 4 a 6 años
- 8.3% (3 personas) Menos de 1 año

Los resultados refleja un equipo con alto nivel de trayectoria

**Pregunta 3: ¿Consideras que la compañía cuenta con el equipamiento necesario para atender emergencias de forma segura?**

- 60.6% (20 personas) Poco adecuado
- 33.3% (11 personas) Nada adecuado
- 6.1% (2 personas) Sí, adecuado

Esto evidencia una percepción generalizada de carencia de recursos materiales para trabajar con seguridad.

**Pregunta 4: ¿Cómo consideras que la sociedad peruana valora el trabajo de los bomberos voluntarios?**

- 75% (27 personas) Medianamente valorado
- **20.5%** (7 personas) Nada valorado
- **5%** **(2 personas)** **Muy valorado**

Desde su perspectiva, la población reconoce su labor, pero no en la medida que debería.

**Pregunta 5: ¿Consideras que el apoyo económico y logístico que recibe la compañía Italia 5 por parte del Estado, es suficiente para su correcto funcionamiento?**

- 94% (33 personas) No
- **6%** (3 personas) Sí

Esto refuerza la idea de que las limitaciones estructurales vienen principalmente de la falta de recursos oficiales.

**Pregunta 6: ¿Has considerado dejar el servicio por falta de recursos o apoyo?**

- 89.2% (32 personas) No
- **8.1%** (2 personas) Lo he pensado algunas veces
- **2.7%** (2 personas) Sí

Indica un fuerte compromiso vocacional.

**Pregunta 7: ¿Considera qué la sociedad peruana es consciente de las limitaciones y riesgos de los bomberos voluntarios ?**

- 68.6% (24 personas) No
- **17.1%** (6 personas) Parcialmente

- **14.3%** (5 personas) Sí

Demuestra una gran brecha entre la labor que realizan y la comprensión que tiene la ciudadanía sobre sus condiciones reales.

**Pregunta 8: ¿Le gustaría que la sociedad peruana esté más informada sobre el trabajo qué realizan los bomberos voluntarios?**

- 100% (36 personas) Sí
- **0%** (0 personas) No

Demuestra unanimidad en la necesidad de mayor difusión, educación y visibilidad sobre su trabajo y desafíos.

# Pestaña 6

**Resultados de la encuesta (36 personas)**

**Pregunta 1: ¿Cuál es tu edad?**

- 39,9% (14 personas) 25 - 34 años
- 33.3% (12 personas) 45 - 55 años
- 22% (8 personas) 35 - 44 años
- 4.8 % (2 personas) 18 - 24 años

**Pregunta 2: ¿Cuántos años llevas como bombero?**

- 53.3% (21 personas) Más 6 de años
- 19.4% (7 personas) 1-3 años
- 13.9% (5 personas) 4 a 6 años
- 8.3% (3 personas) Menos de 1 año

**Pregunta 3: ¿Consideras que la compañía cuenta con el equipamiento necesario para atender emergencias de forma segura?**

- 60.6% (20 personas) Poco adecuado
- 33.3% (11 personas) Nada adecuado
- 6.1% (2 personas) Sí, adecuado

**Pregunta 4: ¿Cómo consideras que la sociedad peruana valora el trabajo de los bomberos voluntarios?**

- 75% (27 personas) Medianamente valorado
- **20.5%** (7 personas) Nada valorado
- **5%** **(2 personas)** **Muy valorado**

**Pregunta 4: ¿Cómo consideras que la sociedad peruana valora el trabajo de los bomberos voluntarios?**

| | | |
|---|---|---|
| • 75% | (27 personas) | Medianamente valorado |
| • **20.5%** | (7 personas) | Nada valorado |
| • **5%** | **(2 personas)** | **Muy valorado** |