ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"



Asiento 88: narrativa transmedia para visibilizar experiencias ciudadanas frente a la informalidad del transporte público en Lima

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

PRESENTADA POR

HUERTA FERNANDEZ KIARA NICOLE

DNI: 71259046, Perú

GONZALEZ BRAVO RODRIGO DANIEL

DNI: 76097185, Perú

ASESOR

MARTHA SOFÍA MERCEDES MILLÁN REYES

DNI: 76965994, Perú

ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

SAAVEDRA SAAVEDRA MARTÍN ALBERTO
SANCHEZ VILLANUEVA KELLY DORIS
CIEZA OLANO ERICK MANUEL

LIMA - 2025

Informe - 0000019960 - 0000029466%2C GONZALEZ - HUERTA.docx %282%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:545025043

Fecha de entrega
9 ene 2026, 11:30 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
9 ene 2026, 11:35 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe - 0000019960 - 0000029466, GONZALEZ - HUERTA.docx (2).pdf

Tamaño del archivo
2.2 MB

49 páginas

11.111 palabras

65.812 caracteres

12% 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
9%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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

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

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a nuestros padres, que siempre creyeron en nosotros, y a todas las personas que viajan cada día en el transporte público limeño. Sus historias, resiliencia y fuerza inspiraron cada parte de este grandioso proyecto.

Agradecimiento

Agradecemos profundamente a nuestra docente asesora, quien con sus orientaciones, comentarios y exigencia académica contribuyó a fortalecer la calidad de este trabajo. Extendemos también nuestro agradecimiento a los compañeros y personas que participaron en las encuestas y experimentos, ya que sus aportes fueron esenciales para validar la propuesta. Finalmente, agradecemos a nuestros familiares y amigos por su apoyo incondicional durante todo el proceso de investigación y elaboración del proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general
1.1 Título del Proyecto de Innovación
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación
1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación
II. Descripción de la innovación
2.1 Planteamiento del Problema
2.2 Población beneficiaria
2.3 Objetivo(s) del proyecto
2.4 Marco referencial
2.5 Proceso creativo y experimentos
2.5.2 Información sobre el Mercado
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor
2.5.4 Diseño de producto/servicio
2.5.5 Modelo de Negocio
2.5.6 Resultados esperados
2.5.7 Prototipos desarrollados
2.5.8 Experimentos
2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación
III. Estimación de costos
3.1 Presupuesto
IV. Conclusiones y recomendaciones
4.1 Conclusiones
4.2 Recomendaciones
V. Referencias Bibliográficas
VI.Anexos

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1
Figura 2.2
Figuras 2.5.1
Figuras 2.5.1
Figura 2.5.3
Figura 2.5.4
Figura 2.5.4
Figura 2.5.5
Figura 2.5.8
Figura 2.5.8
Figura 6.1

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Asiento 88: narrativa transmedia para visibilizar experiencias ciudadanas frente a la informalidad del transporte público en Lima", fue elegido porque articula el concepto simbólico del proyecto con la problemática central que aborda. El nombre Asiento 88 representa el lugar cotidiano desde el cual millones de limeños experimentan la informalidad del transporte público: un espacio marcado por la precariedad, la inseguridad y el desorden, donde las personas viajan sin que sus vivencias sean reconocidas ni valoradas. Desde ese asiento en combis, buses y colectivos informales se observa una ciudad atravesada por prácticas vehiculares irregulares que afectan directamente la experiencia ciudadana. En este sentido, el proyecto utiliza la narrativa transmedia para transformar ese espacio invisibilizado por la informalidad vehicular en un punto de enunciación simbólico, donde las historias de los pasajeros permiten reflexionar sobre las condiciones del transporte público y su impacto en la vida urbana limeña.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El transporte público puede entenderse no sólo como un sistema de movilidad urbana, sino como un espacio social cotidiano donde se cruzan experiencias, emociones y relaciones que forman parte de la vida ciudadana. En el caso de Lima, este espacio está profundamente marcado por la informalidad vehicular, la precariedad del servicio y la inseguridad vial, condiciones que han normalizado el riesgo y han reducido al pasajero a un rol pasivo e invisibilizado dentro del sistema. Viajar en combi, bus o colectivo informal implica no sólo desplazarse, sino convivir diariamente con el desorden, la tensión y la falta de reconocimiento de la experiencia humana que ocurre en estos trayectos. En este contexto surge *Asiento 88*, un proyecto de innovación cultural que propone dar a conocer, interpretar y resignificar la experiencia de los ciudadanos que utilizan el transporte público informal. A través de una estrategia transmedia que integra narrativas audiovisuales, podcasts, microvideos, ilustraciones y participación ciudadana en plataformas digitales el proyecto convierte el viaje cotidiano en un relato colectivo, donde las voces de los pasajeros se transforman en contenido

cultural y memoria urbana. *Asiento 88* no busca denunciar desde lo institucional, sino explicar el transporte público desde la experiencia vivida, mostrando cómo la informalidad impacta en la seguridad, la percepción de la ciudad y la dignidad del pasajero.

De esta manera, el proyecto plantea una forma alternativa de aproximarse a la problemática del transporte público limeño: visibilizando y dignificando las experiencias ciudadanas para generar reflexión social, fortalecer el vínculo con la vida urbana y contribuir a una comprensión más humana y crítica de la informalidad vehicular en Lima.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En Lima, cerca del 67% del transporte público es informal, lo que significa que gran parte de las unidades circulan sin autorización, rutas reguladas o condiciones mínimas de seguridad (América Televisión, 2023). En 2024, la ATU intervino más de 43,000 vehículos informales, la mayoría conducidos por choferes sin licencia (ATU, 2024). Este panorama de precariedad afecta la movilidad urbana, la seguridad ciudadana y la confianza de los usuarios.

Sin embargo, más allá de los problemas estructurales, la informalidad vehicular también tiene un impacto simbólico: borra y desvaloriza las opiniones y experiencias de los pasajeros. Lo que debería ser un espacio de encuentro y memoria colectiva se convierte en un escenario caótico donde las decisiones personales pasan desapercibidas. En palabras del Instituto de Estudios Peruanos (2023), la informalidad no solo limita derechos, sino que también profundiza la fragmentación social en la ciudad

Frente a ello, Asiento 88 se propone como un proyecto innovador que utiliza el poder de las narrativas transmedia para recuperar y dar visibilidad a las experiencias de los pasajeros. La propuesta conecta con tendencias recientes de innovación cultural en el Perú, como programas de lectura en buses (Bibliometro Lima) o iniciativas artísticas urbanas, que demuestran cómo el espacio público

puede redefinirse y convertirse en un escenario de ciudadanía donde la decisión individual tiene un significado.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, el transporte público en el Perú especialmente en Lima Metropolitana se caracteriza por altos niveles de informalidad, desorden y precariedad en el servicio. A pesar de los intentos de reforma y regulación, gran parte de la población continúa movilizándose diariamente en combis, coasters y colectivos que operan sin cumplir plenamente las normas de seguridad, fiscalización y calidad establecidas por las autoridades. Esta situación se evidencia en la sobreoferta de rutas informales, el incumplimiento de horarios y jornadas laborales de los conductores, la circulación de unidades en mal estado y la constante exposición de los pasajeros a riesgos como accidentes de tránsito, robos y maltrato. Casos recurrentes de siniestros viales protagonizados por transporte informal, así como operativos de la Autoridad de Transporte Urbano (ATU) que retiran vehículos sin autorización, reflejan que la informalidad sigue siendo una problemática estructural no resuelta. En este contexto, el pasajero queda reducido a un usuario anónimo dentro de un sistema caótico, donde su experiencia cotidiana no es considerada ni visibilizada como parte de la vida urbana y ciudadana.

La informalidad del transporte público en el Perú, y particularmente en Lima Metropolitana, es el resultado de un proceso histórico marcado por el crecimiento urbano desordenado, la debilidad institucional y la ausencia de una planificación sostenida de la movilidad urbana. Desde la segunda mitad del siglo XX, Lima experimentó una rápida expansión poblacional producto de la migración interna, lo que generó una demanda de transporte que el Estado no logró cubrir de manera oportuna ni eficiente. Frente a esta carencia, surgieron soluciones informales impulsadas por iniciativas privadas y de subsistencia, como las combis y colectivos, que se consolidaron como una alternativa rápida y accesible para millones de ciudadanos.

Durante las décadas de 1990 y 2000, la liberalización del transporte urbano y la limitada fiscalización permitieron la proliferación de operadores informales, normalizando prácticas como la sobreoferta de rutas, la competencia agresiva por pasajeros y el deterioro de las condiciones laborales de conductores y cobradores. A ello se suma la falta de continuidad en las políticas públicas de transporte, los elevados costos de formalización, la corrupción en los procesos de otorgamiento de permisos y la escasa inversión en sistemas integrados de movilidad. En Lima, estas dinámicas se profundizaron debido a la desigualdad territorial entre el centro y la periferia, donde la informalidad se convirtió en la principal forma de acceso al transporte.

Como consecuencia, el transporte informal no solo se mantiene por necesidad, sino que se ha integrado a la vida cotidiana de la ciudad, generando una relación ambigua entre los usuarios y el sistema: aunque reconocen sus riesgos y deficiencias, dependen de él para su movilidad diaria. Este contexto histórico explica por qué la informalidad persiste hasta hoy y por qué el pasajero ha sido relegado a un rol pasivo, invisibilizado dentro de un sistema que prioriza la operación sobre la experiencia humana.

La informalidad del transporte público en Lima genera graves efectos adversos, siendo uno de los más críticos la vulneración de la seguridad vial y la exposición constante de los pasajeros a riesgos evitables. Muchos vehículos informales circulan sin contar con SOAT vigente, sin revisiones técnicas actualizadas y con conductores que no siempre poseen licencias adecuadas o capacitación continua, lo que incrementa significativamente la probabilidad de accidentes de tránsito. Esta situación se agrava por prácticas recurrentes como el exceso de velocidad, la competencia por pasajeros, la sobrecarga de unidades y el incumplimiento de las horas máximas de conducción.

Las consecuencias de estas condiciones no son solo estadísticas, sino profundamente humanas. Cada accidente implica lesiones, pérdidas económicas y, en muchos casos, muertes que afectan a familias enteras, especialmente de sectores que dependen diariamente del transporte informal para trabajar o estudiar. A ello se suma la ausencia de seguros efectivos que cubran adecuadamente a las víctimas, dejando a muchos pasajeros en situaciones de abandono e indefensión.

El miedo constante a sufrir un accidente, un asalto o un maltrato durante el trayecto convierte el viaje cotidiano en una experiencia de tensión y desgaste emocional.

Además, esta inseguridad sostenida contribuye a la normalización del riesgo y a la deshumanización del pasajero, quien termina aceptando condiciones precarias como parte inevitable de la vida urbana. De este modo, la informalidad no solo pone en peligro la integridad física de los usuarios, sino que erosiona la confianza ciudadana, debilita la percepción de un Estado protector y refuerza la invisibilización de las experiencias humanas que ocurren diariamente en el transporte público limeño.

Figura 2.1



Herramienta Árbol del problema

Nota: La imagen mostrada redacta el Árbol de Problemas, en este se aprecian las causas y los efectos de la problemática principal, la informalidad en el transporte público. Dentro de las causas está en primer lugar, el impacto económico que hubo en la pandemia, hizo que numerosos trabajadores optarán por la informalidad en distintos sectores, y uno de ellos se dio en los microbuses.

Cabe precisar, que en la pandemia el sector informal se ha visto incrementado en lo que es el transporte público, quienes han buscado trabajar mediante este régimen informal con miras a solventar

sus necesidades de subsistencia, siendo una actividad económica, aunque carezca de formalidad (Llacza y Nuñez, 2025, p. 7).

Además, el reporte de Lima Cómo Vamos, nos muestra claramente que durante los años 2021 y 2022, donde estábamos aún en medio de la pandemia, se registró que el segundo problema más grave en Lima Metropolitana, es el transporte público, con un porcentaje de la población insatisfecha de 64.5% y solo un 7% pertenece a la población satisfecha. (El Comercio, 2025).

Por otro lado, la falta de control y regulación efectivo del sector es un gran factor que influyó en la informalidad, en un informe de la ATU (2025) se señaló que durante el 2024 intervino a un total de 43,125 vehículos que prestaban servicio de transporte sin autorización, cifra que representa el 68% del total de unidades intervenidas, el índice más alto de los últimos tres años. lo cuál nos hace ver la falta de fiscalización necesaria en ese año.

De todos ellos, se verificó que 28,622 vehículos eran conducidos por choferes sin licencia. Asimismo, se detectó que 6615 circulaban sin Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT) vigente, mientras que 11,085 no tenían Certificado de Inspección Técnica Vehicular (CITV). (ATU, 2025)

Como tercera causa tenemos el apoyo de la población a la informalidad ante alternativas insuficientes y a la mala educación vial por parte de los ciudadanos al transportarse.

Estudios como el de REDES (2023) y el Informe Especial de Lima Cómo Vamos evidencian que gran parte de los usuarios prefieren el transporte informal por tarifas más bajas y mayor flexibilidad, dado que el servicio formal no satisface la alta demanda ni ofrece una experiencia adecuada, con largas esperas y escasez de unidades (REDES, 2023; Verano, 2023).

Un año después se volvió a realizar el informe, el cual confirma que un 39.6% de los limeños usa combis o coasters en viajes por trabajo o estudios, con un 37.2% de usuarios insatisfechos por el servicio de estos, reforzando la preferencia por el transporte informal debido a su rapidez y flexibilidad ante las deficiencias del formal. (Lima Cómo Vamos, 2025).

El impacto en la salud mental y la calidad de vida de los ciudadanos constituye una causa que contribuye a la informalidad en el transporte público, en tanto el estrés crónico, la ansiedad y el desgaste emocional derivados de la movilidad cotidiana predisponen a los usuarios a priorizar alternativas rápidas e inmediatas, aun cuando éstas carezcan de condiciones formales y seguras. Esta normalización del maltrato y la precariedad reduce el nivel de exigencia hacia el sistema de transporte y facilita la aceptación social de prácticas informales. Así lo corrobora el informe Estresómetro de Movemos (2024), donde el 42% de las mujeres limeñas reporta ansiedad significativa al movilizarse y el 46% se siente más expuesto a robos, evidenciando un contexto emocional adverso que condiciona las decisiones de movilidad.

La contaminación ambiental y sonora constituye otra causa estructural que favorece la informalidad en el transporte público, ya que la exposición constante a un entorno urbano degradado, caracterizado por altos niveles de ruido y emisiones contaminantes, contribuye a la normalización de servicios precarios y a la disminución de la percepción de calidad en la movilidad urbana. Este contexto reduce la presión ciudadana por servicios regulados y fomenta la tolerancia hacia unidades informales. Según la Autoridad de Transporte Urbano (ATU, 2023), el parque automotor obsoleto es responsable del 58% de la contaminación del aire en Lima y Callao, configurando un entorno que facilita la reproducción de la informalidad.

A partir de estas causas se derivan diversas consecuencias que profundizan la problemática de la informalidad en el transporte público. Una de las principales es la prestación de un servicio inseguro y de baja calidad para los usuarios, lo cual incrementa los riesgos durante el desplazamiento cotidiano. En este sentido, Llacza y Núñez (2025) señalan que la informalidad ha impactado negativamente en el transporte público interprovincial al no garantizar condiciones mínimas de seguridad, incumplir las jornadas máximas de conducción y operar sin los seguros obligatorios contra accidentes de tránsito. Estas deficiencias no solo ponen en peligro la integridad física de los pasajeros, sino que también refuerzan la percepción de precariedad y desprotección asociada al sistema de transporte informal.

El constante incremento de caos y desorden en movilidad urbana es otra de las consecuencias que nos deja la informalidad en el transporte público. Un análisis de la Universidad Autónoma del Perú (2025) indica que el crecimiento desordenado de vehículos informales como taxis y mototaxis provoca congestionamiento vehicular severo y complejidad en la gestión estatal del transporte en Lima Norte.

Otra de las principales razones por las que se da la informalidad es la pérdida de ingresos fiscales y aumento de economía informal, un ejemplo claro de ello es el caso del Corredor Rojo en Javier Prado. La acción fiscalizadora de PROTRANSPORTE, que es la entidad encargada de salvaguardar y respetar la intangibilidad del Corredor Javier Prado y la exclusividad de sus vías para que el Concesionario pudiera ofrecer el servicio de transporte sin contratiempos, ha sido rebasado por la informalidad, ya que los autos colectivos y minivans han crecido exponencialmente, inundando toda la troncal del corredor, con paraderos informales, generando así una competencia desleal que afecta la operativa y economía de la concesión. (Capio y Lopez, 2022).

Una de las consecuencias más graves de la informalidad en el transporte público es el fortalecimiento de redes de corrupción y la profundización de la debilidad institucional. La expansión de operadores informales genera espacios propicios para prácticas ilícitas, como la colusión y la extorsión, que erosionan la capacidad del Estado para fiscalizar y regular el sector. Esta situación se evidencia en la reciente captura de inspectores municipales en Lima Este que, haciéndose pasar por agentes de la ATU, extorsionaban a transportistas formales e informales mediante el cobro de cupos millonarios para evitar sanciones, acumulando aproximadamente S/1 millón desde 2024, lo que demuestra cómo la informalidad alimenta dinámicas mafiosas dentro del sistema de fiscalización.

Asimismo, la informalidad contribuye al debilitamiento del sistema de transporte formal, el cual se ve afectado por la pérdida de usuarios, ingresos y capacidad operativa, consolidándose como un servicio deficiente y costoso. La competencia desleal generada por unidades informales limita la sostenibilidad del transporte regulado e impide su expansión y mejora. De acuerdo con el informe de *Lima Cómo Vamos* (2025, p. 16), sólo el 3.6% de los usuarios utiliza el Metropolitano y el 3.0% el

Metro para viajes laborales, mientras que el 60.3% expresa insatisfacción con el transporte público regulado, reflejando el deterioro del sistema formal como consecuencia directa de la informalidad.

A raíz de estas graves consecuencias, la cual afecta a toda la población peruana directa e indirecta, nace Asiento 88, una narrativa transmedia que busca no solo acabar con esta problemática, sino redefinir y desnormalizar el estigma del transporte público. Con este proyecto se pretende fortalecer el vínculo ciudadano con la ciudad, promover la inclusión y fomentar una movilidad más justa y sostenible.

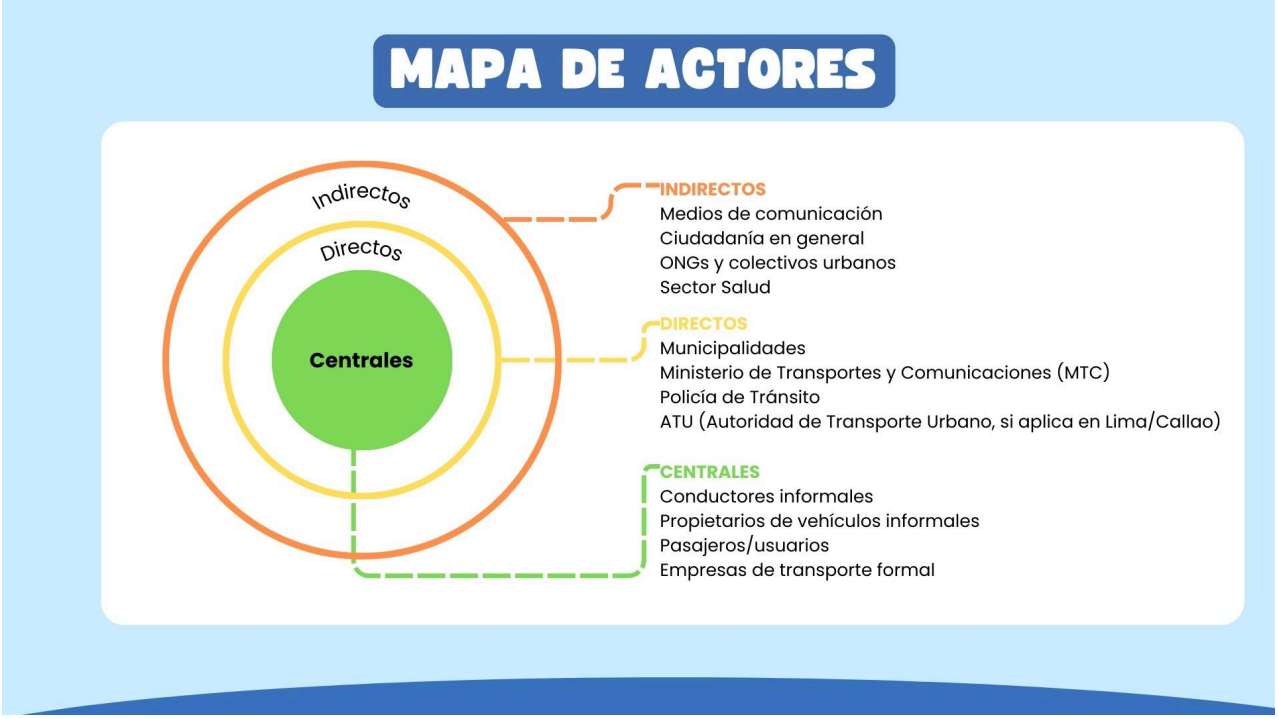
2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria del proyecto Asiento 88 está conformada principalmente por los usuarios del transporte público limeño, quienes utilizan diariamente buses, combis y colectivos informales para movilizarse dentro de la ciudad. Estos pasajeros se benefician al ver sus experiencias cotidianas visibilizadas y dignificadas, lo que contribuye a fortalecer su sentido de pertenencia, reconocimiento ciudadano y reflexión crítica sobre la informalidad del transporte público.De manera complementaria, el proyecto beneficia también a conductores, cobradores y trabajadores del transporte público, quienes suelen ser percibidos únicamente desde una mirada negativa asociada al desorden y la informalidad. Al incorporar sus voces y experiencias, Asiento 88 permite mostrar la complejidad humana detrás del sistema, evidenciando que estos actores también forman parte de una dinámica social marcada por la precariedad laboral, la presión económica y la falta de regulación estructural.

Asimismo, la propuesta beneficia a la ciudadanía en general, al ofrecer una mirada alternativa del transporte público que va más allá del conflicto y la violencia cotidiana. Al mostrar historias de solidaridad, esfuerzo y convivencia, el proyecto contribuye a reconstruir la confianza en el transporte público, demostrando que, incluso dentro de un sistema informal, existen experiencias humanas valiosas que merecen ser reconocidas. De esta manera, Asiento 88 no solo impacta a quienes viajan o trabajan en el transporte, sino también a quienes consumen los contenidos y reflexionan sobre la ciudad desde una perspectiva más empática y consciente.

Figura 2.2

Mapa de actores



Nota: La figura muestra el Mapa de Actores del proyecto Asiento 88, organizado en actores centrales, directos e indirectos, lo que permite visualizar a los grupos que participan, influyen o se ven afectados por la problemática del transporte público limeño

Aquí se presenta el mapa de actores el cual se justifica de la siguiente forma:

- Pasajeros: Son los principales afectados, cuyas historias son el insumo principal del proyecto, ya que sus experiencias son invisibilizadas en un sistema precario e inseguro (IEP, 2023).
- Conductores de transporte informal: Operan sin autorización ni capacitación adecuada, representando riesgos para los pasajeros (ATU, 2024), ellos forman parte del problema, pero también son fuente de narrativas.
- Propietarios de vehículos informales: Se benefician económicamente de la informalidad, pero contribuyen al desorden y la congestión (Llacza & Núñez, 2024).

- Empresas de transporte formal: ven afectada su competitividad por la presencia de unidades informales que operan al margen de la regulación (MTC, 2025), su rol muestra la tensión entre lo formal e informal.

- ATU (Autoridad de Transporte Urbano): Encargada de la fiscalización y sanción de la informalidad vehicular (ATU, 2025), pero sus datos estadísticos son insumo para evidenciar la problemática.
- Municipalidades de Lima y Callao: Regulan paraderos y colaboran en operativos de control (MML, 2022), articulan con la ciudadanía y pueden facilitar el uso de espacios culturales.
- MTC (Ministerio de Transportes y Comunicaciones): Diseña políticas nacionales para reducir la informalidad en el transporte terrestre (MTC, 2025) y de igual forma contextualiza el problema.
- Policía de Tránsito: Ejecuta controles viales y apoya la fiscalización de vehículos no autorizados, también garantiza la aplicación de la normativa

- Ciudadanía limeña en general: Se beneficia de un transporte más seguro y de la revalorización cultural del espacio urbano, al igual que recibe el impacto cultural y simbólico del proyecto.
- Ministerio de Cultura: Puede articular este tipo de proyectos dentro de iniciativas de memoria urbana y patrimonio cultural inmaterial al igual que validar el proyecto como aporte a la memoria urbana.
- ONGs y colectivos culturales: Aliados para fortalecer la participación ciudadana y la innovación cultural.
- Medios de comunicación: Difunden y amplifican las problemáticas y propuestas del proyecto, además de difundir, contribuyen a moldear la opinión pública.
- Instituciones educativas y universidades: Usan el proyecto como recurso pedagógico e investigativo sobre movilidad y ciudadanía.

2.3 Objetivos del proyecto

Visibilizar y dignificar las experiencias de los pasajeros del transporte público limeño frente a la informalidad vehicular, a través de una estrategia transmedia que recoja y difunda relatos ciudadanos, contribuyendo a redefinir la percepción social de esta problemática y a generar reflexión sobre la vida urbana en Lima.

1. **Recopilar testimonios y vivencias** de pasajeros con énfasis en mujeres trabajadoras y usuarias frecuentes mediante entrevistas y dinámicas participativas que reflejen la realidad de los sectores C y D.
2. **Diseñar y producir** narrativas transmedia (podcasts, microvideos, ilustraciones y relatos digitales) que transmitan de forma cercana la voz de los pasajeros, visibilizando tanto sus dificultades como su resiliencia en el transporte público.
3. **Difundir los contenidos** en redes sociales y plataformas digitales accesibles, con el fin de que los pasajeros como Juana puedan sentirse identificados y reconocidos, fomentando un diálogo ciudadano sobre el transporte informal.
4. **Sensibilizar a la ciudadanía y a las instituciones** sobre cómo la informalidad vehicular afecta la vida de los pasajeros, resaltando la necesidad de un transporte más seguro, humano y culturalmente valorado.

2.4 Marco referencial

Diversos estudios y experiencias han demostrado que el transporte público no cumple únicamente una función operativa de movilidad, sino que constituye un espacio social y simbólico donde se desarrollan interacciones, prácticas culturales y experiencias ciudadanas. En el contexto peruano, investigaciones del Instituto de Estudios Peruanos (IEP) señalan que buses, micros y combis han sido históricamente escenarios de convivencia entre diversas identidades culturales, lenguajes y dinámicas sociales, especialmente desde la expansión del transporte urbano en Lima durante la

segunda mitad del siglo XX. Este carácter cotidiano y colectivo convierte al transporte público en un espacio privilegiado para la generación de relatos urbanos.

Sin embargo, pese a esta riqueza simbólica, la informalidad vehicular ha limitado el reconocimiento de estas experiencias, reduciendo el transporte a un entorno de riesgo y precariedad. Frente a ello, Asiento 88 retoma esta condición narrativa del transporte público para rescatar las historias invisibilizadas de pasajeros, conductores y cobradores, reconociéndolos como actores de la vida urbana y utilizando sus vivencias como materia prima para una propuesta transmedia con enfoque ciudadano.

En los últimos años, el uso de estrategias transmedia se ha consolidado como una herramienta eficaz para conectar con audiencias diversas, fomentar la participación y ampliar el alcance de los contenidos culturales. En el Perú, iniciativas impulsadas por productoras como Tondero Media o plataformas como CinePapaya han evidenciado el potencial de la narrativa multiplataforma para generar engagement, diálogo y construcción de comunidad en entornos digitales. Estas experiencias demuestran que el público responde positivamente cuando las historias se expanden en distintos formatos y canales.

No obstante, muchas de estas propuestas han estado orientadas principalmente al entretenimiento o la promoción comercial. A diferencia de ellas, Asiento 88 incorpora la lógica transmedia con un enfoque social y cultural, utilizando múltiples formatos (podcast, microvideos, ilustraciones y redes sociales) no para vender un producto, sino para explicar y resignificar una problemática urbana desde la experiencia cotidiana de sus protagonistas.

Durante el año 2024, la Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU) intervino 43,125 vehículos informales, es decir, unidades sin autorización lo que representa un 68% del total de vehículos intervenidos, siendo además conducidos por chóferes los cuales no cuentan con licencia de conducir. El ingeniero Jhony Pardavé, experto en transporte público y desarrollo sostenible señaló que “Está creciendo la informalidad, ya está llegando al 25 % haciéndole paralelo, haciéndole el transporte informal en los corredores” (citado en Silva, 2025, párr. 15).

A raíz de esta gran problemática, el proyecto entiende la magnitud que posee, conecta con los afectados y los toma en cuenta para construir narrativas transmedia que reflejen este contexto, sensibilizando sobre sus efectos y la gran necesidad de formalización y mejora del sistema.

La innovación cultural contemporánea ha puesto énfasis en la intervención de espacios cotidianos como forma de generar nuevas experiencias ciudadanas. En el contexto peruano, proyectos como *Muraliza Lima* o *Bibliometro Lima* demostraron que acciones culturales insertadas en el entorno urbano pueden transformar la percepción de la ciudad y fomentar nuevas formas de relación entre las personas y su espacio. Estas iniciativas lograron una recepción positiva al acercar el arte y la cultura a lugares no tradicionales, como muros urbanos o estaciones de transporte.

Siguiendo esta línea, *Asiento 88* propone intervenir simbólicamente el transporte público un espacio usualmente asociado al conflicto para transformarlo en un escenario de expresión y memoria colectiva, demostrando que incluso en contextos de informalidad es posible generar experiencias culturales significativas.

Proyectos como *Bus Stories* (Londres, 2012) y *Narratives of the City* (Nueva York, 2015) evidencian que la recopilación de historias de pasajeros puede generar altos niveles de identificación y empatía en el público. Estas iniciativas lograron buena recepción en redes sociales y medios culturales, al humanizar la experiencia del transporte y convertir lo cotidiano en relato. Sin embargo, su impacto fue mayormente cultural y no siempre abordó de manera explícita las condiciones estructurales del sistema de transporte.

Asiento 88 retoma estas experiencias, pero introduce un enfoque contextualizado a la informalidad del transporte limeño, articulando la narrativa urbana con una reflexión crítica sobre seguridad, precariedad y ciudadanía.

Proyecto “Bibliometro Lima” (2017): Iniciativa de la Municipalidad de Lima y la Biblioteca Nacional que promovía la lectura en estaciones de transporte, vinculando la movilidad urbana con la

cultura. Aquí se evidencia que la cultura también es un factor bastante importante, por ello Asiento 88 usará esta herramienta para enriquecer la experiencia del usuario y ofrecer nuevas formas de interacción con la ciudad con el objetivo de dar un nuevo significado al transporte público en Lima

Proyecto transmedia “Historias de Combis” (PUCP, 2020): Investigación universitaria que recogió testimonios de pasajeros durante la pandemia y los transformó en relatos digitales difundidos en Instagram y Facebook. Con este concepto clave, las narrativas transmedias del proyecto se centrarán el diferentes relatos de choferes y cobradores que siempre pasan desapercibidos por la población.

Aplicación peruana “Yana” (You Are Not Alone): Aunque enfocada en salud mental, muestra cómo proyectos peruanos pueden usar inteligencia artificial y plataformas digitales para generar narrativas y acompañamiento emocional, reforzando la importancia de la tecnología para el bienestar ciudadano. Estas herramientas digitales actualmente se están dando a conocer cada vez más, por lo que su uso es de suma importante, por ello Asiento 88 también las usará con el fin de dar el mensaje principal de la problemática de una manera diferente. Para así acompañar al usuario en el transporte público, generando empatía y bienestar a través de la innovación.

No obstante, muchas de estas propuestas fueron puntuales o temporales. En contraste, *Asiento 88* se plantea como una estrategia transmedia sostenida, que incorpora la participación activa de pasajeros, conductores y cobradores, y que busca no sólo narrar historias, sino explicar la experiencia ciudadana dentro de un sistema informal, promoviendo reflexión social y conciencia urbana.

A diferencia de iniciativas previas, Asiento 88 articula narrativa transmedia, experiencia ciudadana e informalidad vehicular en un solo proyecto, utilizando el relato como herramienta de innovación cultural. Su valor diferencial radica en transformar el transporte público informal tradicionalmente percibido como un problema en un espacio de diálogo, memoria y construcción simbólica, demostrando que visibilizar las experiencias humanas puede ser una vía efectiva para comprender y resignificar la vida urbana en Lima.

Los contenidos de Asiento 88 tienen el potencial de generar una conexión significativa con su público porque parten de experiencias reales, reconocibles y compartidas por una amplia parte de la población limeña. A diferencia de discursos técnicos o institucionales sobre el transporte público, el proyecto se construye desde la cotidianidad del viaje, abordando emociones como el cansancio, el miedo, la solidaridad o la resignación, elementos con los que los usuarios se identifican de manera inmediata. El uso de formatos accesibles como microvideos, podcasts breves e ilustraciones facilita el consumo del contenido en los mismos espacios y tiempos donde ocurre la experiencia narrada, especialmente durante los trayectos diarios. Esta cercanía narrativa, sumada a la posibilidad de participación ciudadana, permite que el público no solo consuma los contenidos, sino que se vea reflejado en ellos, generando empatía, conversación y sentido de pertenencia en torno a una problemática que forma parte de su vida diaria.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El usuario principal identificado para el proyecto "Asiento 88" es el pasajero frecuente del transporte público limeño, especialmente personas trabajadoras de los sectores socioeconómicos C y D, quienes utilizan a diario servicios informales como combis, coasters o colectivos para desplazarse por la ciudad. Este perfil representa a personas que, debido a las limitaciones económicas, la falta de rutas formales y la necesidad de ahorrar tiempo, se ven obligadas a recurrir a la informalidad del transporte, aun reconociendo los riesgos y deficiencias del sistema.

Figuras 2.5.1

Arquetipo

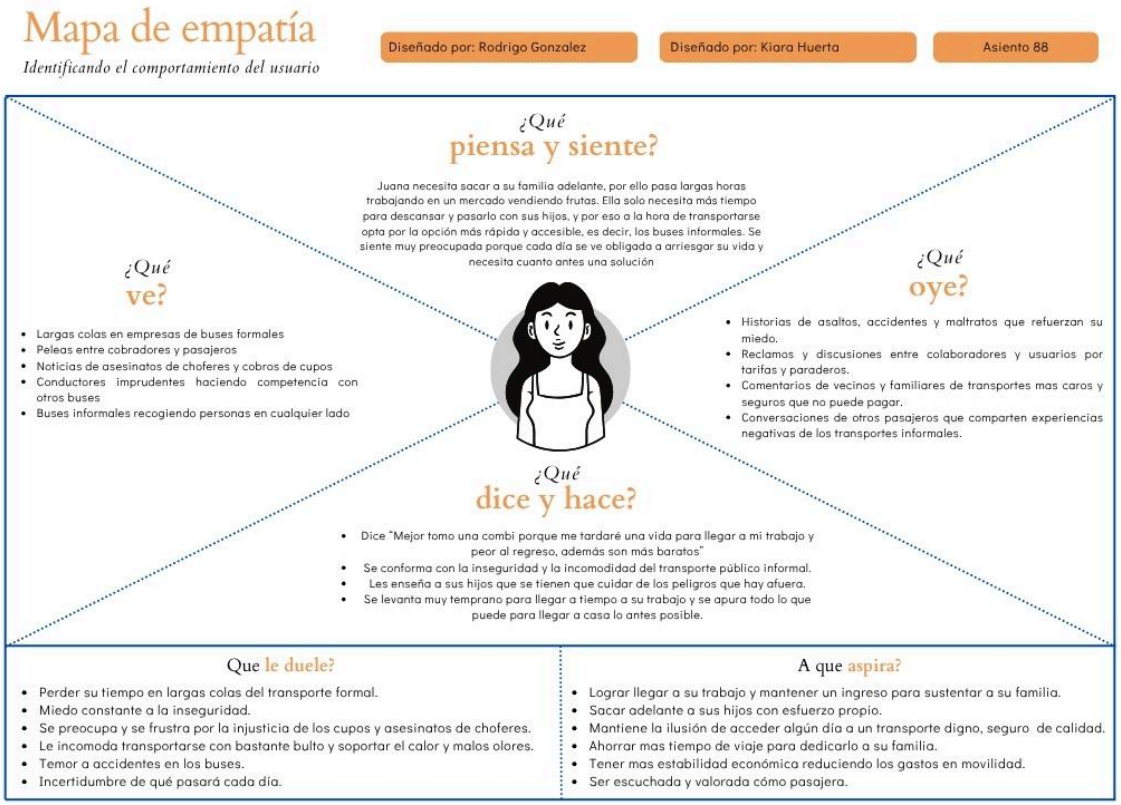


Nota: La figura muestra el arquetipo de usuario del proyecto Asiento 88, representado por un perfil que resume las características, motivaciones, frustraciones y necesidades de los pasajeros limeños.

Para comprender mejor sus características, se desarrolló un arquetipo representativo denominado Juana Ramírez, una mujer de 37 años, vendedora en un mercado de San Juan de Lurigancho, madre de dos hijos, que viaja diariamente a La Victoria. Juana refleja a los usuarios que priorizan la rapidez y el costo accesible del transporte informal, aunque esto signifique enfrentar condiciones de inseguridad, incomodidad y maltrato. Ella aspira a tener un transporte más digno, sentirse representada y disponer de espacios donde su experiencia sea reconocida como parte de la vida urbana limeña.

Figuras 2.5.1

Mapa de Empatía



Nota: La figura presenta el Mapa de Empatía del usuario del proyecto Asiento 88, sintetizando lo que los pasajeros del transporte público limeño ven, piensan, sienten, dicen y hacen, así como sus dolores y aspiraciones.

El mapa de empatía elaborado permitió identificar los pensamientos, sentimientos y comportamientos de este grupo de usuarios. Juana piensa constantemente en cómo mejorar su rutina diaria y cuidar de su familia; siente frustración, miedo e impotencia frente a la precariedad del transporte; ve combis saturadas, conductores imprudentes y largas colas; oye historias de asaltos y accidentes; dice que "es mejor tomar una combi rápida aunque sea incómoda"; y hace esfuerzos diarios para llegar temprano a su trabajo. Lo que más le duele es la inseguridad y el tiempo perdido en el tráfico, mientras que aspira a tener estabilidad, reconocimiento y oportunidades para expresarse como ciudadana.

Con el fin de validar el mapa de empatía y contrastar los hallazgos del arquetipo, se aplicó una encuesta a 50 usuarios del transporte público en Lima Metropolitana, cuyos resultados confirman las percepciones recogidas. El 70% de los encuestados indicó utilizar transporte informal todos los días o varias veces por semana, siendo las combis el medio más usado. La principal razón de elección fue el bajo costo (60%) y la cercanía de las rutas (25%). Sin embargo, más del 80% afirmó sentirse poco o nada seguro al viajar, y un 90% declaró haber tenido experiencias negativas, como maltrato de cobradores, accidentes o robos.

En cuanto a las expectativas, el 92% considera que el transporte informal debería ser regulado y mencionó como principales mejoras deseadas la seguridad, la capacitación de conductores y la formalización de rutas. Además, el 88% estaría dispuesto a cambiarse a un transporte formal si ofreciera las mismas ventajas de precio y rapidez que el informal. Estos datos validan la problemática identificada y refuerzan la necesidad de un proyecto como Asiento 88, que no solo visibilice las condiciones precarias del transporte limeño, sino también recupere las experiencias, emociones y voces de sus pasajeros como una forma de construir ciudadanía y memoria colectiva.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Lima cuenta con un 68% de vehículos informales transitando en las calles que claramente no cuentan con autorización (ATU, 2024). Esto incluye la falta de SOAT, falta de Certificado de Inspección Técnica Vehicular vigente y conductores sin licencia, lo cual trae como efecto la inseguridad y el caos. Pero a raíz de que estos tienen facilidades para los usuarios, una gran parte los prefiere, exactamente el 39.6% y más del 37% se encuentra disconforme con el transporte formal, debido a sus altas tarifas y porque lo ofrecen las facilidades que les dan las empresas ilegales.

Ya teniendo clara la situación, las oportunidades de mercado en el transporte informal de Lima se basa en la existencia disconforme de la población en el transporte formal, y por esa razón optan por lo informal, ya que ofrece opciones más flexibles y fáciles para ellos. Lo cuál da la oportunidad de proponer proyectos que ofrezcan opciones que se adapten a las necesidades de los ciudadanos por medio de lo legal y así brindar un servicio más seguro y organizado.

En Lima, Perú aún no se proponen proyectos transmedia para evadir el transporte informal, sin embargo se presentan algunas iniciativas culturales y educativas sobre el transporte público.

- Bibliometro de Lima: A cargo de la Municipalidad de Lima y la Biblioteca Nacional para fomentar la lectura en el usuario durante sus viajes, este sistema se basa en préstamo de libros en distintas estaciones.
- Gremios de transportistas: Estos gremios juegan un papel muy importante dentro del mercado del transporte público, ya que representan a un gran número de empresas y conductores formales e informales, y tienen gran influencia en decisiones operativas y políticas, sobre todo ahora, que el Perú está pasando por una gran crisis debido a las extorsiones sobre choferes de buses, y debido a esto, los gremios han provocado paros y negociaciones con el Gobierno para acabar con esta gran problemática (Gestión, 2025).

Dentro del mercado del transporte informal en Lima presenta barreras de entrada significantes para el proyecto:

- Gran parte del transporte público informal está controlado por gremios y grandes grupos que dominan el transporte, lo cual dificulta la entrada de proyectos. (ATU, 2025).
- Alta informalidad en el transporte público por parte de los buses y más de 65% de choferes sin licencia. (Infobae, 2025).
- Baja efectividad de sanciones, lo que permite que estas informalidades sigan. (La República, 2025).

Ahora bien, el objetivo central del proyecto transmedia Asiento 88, es generar un impacto bastante positivo en la población limeña, especialmente en usuarios que usan constantemente el transporte público informal. A través de narrativas y estrategias audiovisuales, entre ellas podcasts, microvideos, ilustraciones y relatos digitales se busca promover un sentido de identidad y pertenencia entre los pasajeros, teniendo como alcance esperado a jóvenes y adultos que se transportan

diariamente en estas empresas informales, con el fin de generar conciencia sobre los impactos culturales y sociales vinculados a este sistema.

Si se observa con mayor detalle el mercado objetivo del producto, se identifica principalmente a jóvenes y adultos en su mayoría estudiantes y trabajadores de clases socioeconómicas B y C que se encuentran en la necesidad de transportarse en empresas informales de buses, que las eligen por las facilidades que estos dan, sometiéndose así a los peligros que estas causan. Así mismo, se incluye a usuarios consumidores de materiales audiovisuales y narrativas urbanas que refuercen la identidad y conciencia ciudadana, quienes no solo acceden a estos contenidos, sino que también están dispuestos a promoverlos activamente en su entorno social.

Respecto a la demanda potencial, esta se evidencia en el gran número de usuarios del transporte público informal, abarcando más del 60%. Por esto, se observa un creciente interés por narrativas sociales, culturales y sobre todo experiencias que conecten con la realidad de los protagonistas del proyecto Asiento 88. Cada testimonio es una oportunidad para desarrollar la narrativa principal sobre la informalidad en el transporte público. Por ende, al juntar la innovación con la amplia base de datos de los pasajeros, asegura un mercado potencial considerable para la propuesta.

En base a los hallazgos obtenidos del usuario, se evidencia que la oportunidad de mercado no se limita únicamente a las deficiencias del sistema de transporte, sino también a las necesidades emocionales y simbólicas de los pasajeros. Los usuarios frecuentes del transporte público limeño, especialmente aquellos pertenecientes a los sectores C y D, manifiestan sentirse **i**nseguros, invisibilizados y poco representados dentro del espacio urbano. Estas percepciones revelan una desconexión con la ciudad y una falta de reconocimiento como ciudadanos activos.

Frente a ello, Asiento 88 identifica una oportunidad de innovación cultural y comunicacional, al responder directamente a dichas necesidades mediante una estrategia transmedia que convierte la experiencia cotidiana del transporte en un espacio de expresión, memoria y pertenencia ciudadana. A través de relatos reales, microvideos, podcasts e ilustraciones, el proyecto

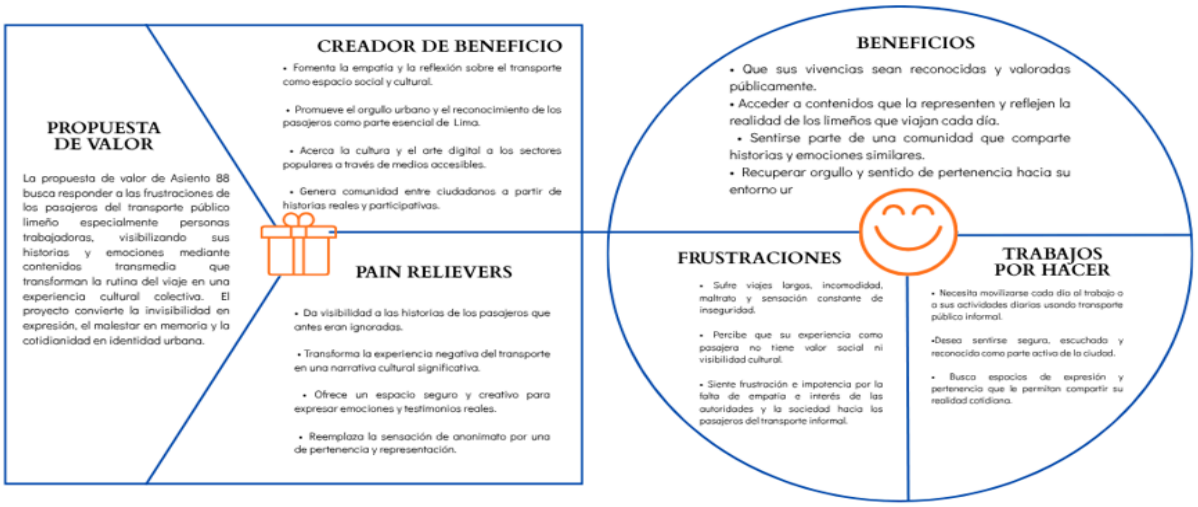
visibiliza las voces de los pasajeros y promueve la empatía social, generando una conexión emocional con el público que se siente no solo espectador, sino también protagonista de la narrativa urbana.

De esta manera, Asiento 88 no busca competir dentro del mercado del transporte, sino transformar la relación entre ciudadanía y movilidad, resignificando un entorno marcado por la informalidad y la inseguridad en un escenario narrativo y cultural donde los usuarios recuperan su identidad, voz y sentido de comunidad.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Figura 2.5.3

Propuesta de Valor



Nota: La figura muestra el Lienzo de Propuesta de Valor de Asiento 88, donde se identifican los trabajos del usuario, sus frustraciones y beneficios esperados, así como los elementos de la propuesta que responden directamente a esas necesidades, evidenciando la coherencia entre el usuario y la solución transmedia.

Asiento 88 es una estrategia transmedia de sensibilización ciudadana que, a través de relatos audiovisuales y experiencias interactivas, busca conectar a la ciudadanía limeña con la realidad del transporte público informal. El proyecto propone visibilizar las historias, emociones y vivencias de los pasajeros y conductores que forman parte de este sistema, promoviendo la reflexión colectiva sobre la movilidad urbana y la convivencia ciudadana en Lima.

Lima depende en gran medida del transporte informal para su movilidad diaria, miles de pasajeros recurren a combis, coasters y colectivos por falta de alternativas formales eficientes. Esta situación ha generado un entorno marcado por la inseguridad, la precariedad y la deshumanización de los usuarios. En este contexto, Asiento 88 propone resignificar ese espacio cotidiano mediante la narrativa, el arte digital y la participación ciudadana, transformando las experiencias invisibilizadas en relatos culturales compartidos.

El valor diferencial del proyecto radica en combinar relatos reales con participación ciudadana y múltiples formatos (vídeos, podcasts, ilustraciones, fotografías y redes sociales), generando una experiencia transmedia accesible que conecta a las personas directamente con la realidad urbana y emocional de la informalidad vehicular en Lima. En lugar de ofrecer una mirada institucional o técnica, el proyecto prioriza la voz del ciudadano como fuente principal de narración, construyendo un puente entre la cultura, la movilidad y la identidad limeña.

El usuario de Asiento 88 los pasajeros del transporte público limeño, especialmente trabajadores y trabajadoras de los sectores C y D necesita movilizarse a diario en un sistema precario y desordenado, buscando seguridad, respeto y reconocimiento. Sin embargo, la experiencia del viaje diario suele estar marcada por la frustración, el maltrato y la sensación de anonimato.

La propuesta de valor del proyecto responde a estas frustraciones mediante una experiencia participativa y cultural. A través de historias reales narradas en diferentes formatos digitales, Asiento 88 transforma la rutina del transporte en un espacio de expresión, reflexión y pertenencia.

Trabajos por hacer (Jobs to be done)

- Movilizarse diariamente en transporte público informal.
- Sentirse segura, escuchada y reconocida como parte de la ciudad.
- Contar con espacios de expresión y representación ciudadana.

Frustraciones (Pains)

- Inseguridad, viajes largos y maltrato cotidiano.
- Invisibilización y desinterés social por la experiencia de los pasajeros.
- Falta de empatía y ausencia de espacios de participación.

Beneficios esperados (Gains)

- Que sus vivencias sean reconocidas y valoradas públicamente.
- Acceder a contenidos que reflejen su realidad y emociones.
- Sentirse parte de una comunidad con historias y retos compartidos.
- Recuperar orgullo y sentido de pertenencia hacia su ciudad.

Alivios de frustración (Pain relievers)

- Dar visibilidad a las historias de los pasajeros que antes eran ignoradas.
- Convertir la experiencia negativa del transporte en una narrativa cultural significativa.
- Ofrecer un espacio seguro y creativo para compartir emociones y testimonios reales.
- Reemplazar la sensación de anonimato por una de pertenencia y representación.

Creadores de beneficio (Gain creators)

- Fomentar la empatía y la reflexión sobre el transporte como espacio ciudadano y cultural.
- Promover el orgullo urbano y el reconocimiento de los pasajeros como actores de la ciudad.
- Acercar la cultura y el arte digital a los sectores populares mediante medios accesibles.
- Generar comunidad y conexión entre los ciudadanos a través de historias participativas.

En síntesis, la propuesta de valor de Asiento 88 busca convertir la invisibilidad en expresión, el malestar en memoria y la cotidianidad en identidad urbana. El proyecto reconoce la voz de los

pasajeros como elemento clave para reconstruir el vínculo entre la ciudadanía y su entorno, utilizando el poder del relato y las plataformas digitales como medios de transformación social y cultural.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Figura 2.5.4

Tablero UX



Nota: La figura presenta el Tablero UX del proyecto Asiento 88, en el cual se analiza la experiencia del usuario colectivo los pasajeros del transporte público limeño en torno a la informalidad del sistema y su relación con la solución transmedia propuesta.

Figura 2.5.4

Viaje del Usuario Asiento 88



Nota: La figura demuestra el viaje del usuario de todo el universo transmedia de asiento 88 donde nos muestra en dónde empieza y dónde termina.

El tablero UX presentado, refleja las características principales del proyecto Asiento 88 y cómo el usuario experimentará cada brazo transmedia dentro de la narrativa de la problemática del transporte informal en Lima, Perú. Aquí se empieza detallando el contexto y problema principal de la propuesta, el cual se centra en los desafíos que enfrentan los usuarios que hacen uso de las empresas informales por las facilidades que estas ofrecen, sin embargo, cada día se arriesgan a un gran peligro y a una gran incomodidad. Por lo que usuarios como Juana Ramírez están totalmente disconformes y necesitan ser escuchados y valorados.

La propuesta del presente trabajo de investigación entra como solución al problema, proponiendo una narrativa transmedia compuesta por diferentes piezas audiovisuales en diferentes plataformas digitales disponibles para todo el público, con el fin de generar conciencia y empatía en los demás usuarios y empezar a acabar con este disconforme. Con este proyecto, ellos se sentirán valorados y sabrán que su voz es tomada en cuenta, y así poco a poco el transporte público ya no será el martirio de miles de personas.

2.5.5 Modelo de Negocio

Figura 2.5.5

Modelo de Negocio



Nota: El cuadro mostrado nos enseña el modelo de negocio de nuestra universo transmedia en el cual nos cuenta todo lo necesario para que nuestra solución sea exitosa.

El cuadro presentado se trata del Business Model Canva para el mejor entendimiento de la propuesta. Se empieza con los principales aliados donde se apoya Asiento 88, entre ellos está la ATU, el Ministerio de Cultura, municipalidades, gremios del transporte informal, entre otros. Los cuales serán clave para el éxito del proyecto.

Los materiales audiovisuales junto a las plataformas digitales forman parte de los recursos pertenecientes al trabajo, logrando conectar de diferentes maneras con los usuarios. Teniendo como propuesta de valor, el tomar la debida importancia de las historias y testimonios de los pasajeros que se ven obligados a tomar los buses informales, transformándolas en piezas audiovisuales que fomentan empatía y conexión urbana.

Asiento 88 presenta una segmentación de clientes conformada por pasajeros de empresas de buses informales, jóvenes creadores de contenido, usuarios que consumen materiales audiovisuales urbanos y organizaciones educativas y sociales. La relación con ellos será vía redes sociales, comunidades activas y soporte constante.

Respecto a la estructura de costos, esta incluye la producción audiovisual, la gestión digital, el pago al equipo de trabajo, la comunicación y promoción, además de la logística para talleres y eventos. Las fuentes de ingreso provienen de fondos culturales, patrocinios privados y servicios relacionados con la producción y formación en narrativa transmedia

Los canales de difusión son principalmente digitales y transmedia: redes sociales (Instagram, Tiktok, Youtube y Spotify), un sitio web interactivo y actividades presenciales como exposiciones culturales, talleres urbanos y colaboraciones con medios locales. La relación con los usuarios se caracteriza por su enfoque participativo y horizontal, fomentando la co-creación de contenidos, el envío de testimonios y la interacción constante con la comunidad.

En conjunto, el modelo de negocio de Asiento 88 articula sostenibilidad económica y propósito social, demostrando que un proyecto cultural puede generar valor económico mientras

impulsa el cambio social. Este enfoque híbrido entre lo cultural, lo comunicacional y lo participativo posiciona a Asiento 88 como una propuesta innovadora que utiliza el poder del relato para fortalecer el vínculo ciudadano con la vida urbana limeña.

2.5.6 Resultados esperados

Cuando Asiento 88 entre en contacto con el mercado y los usuarios, se espera que genere una transformación cultural, se espera que genere una transformación cultural y social en la percepción del transporte público limeño. El proyecto busca que los pasajeros, principalmente de los sectores C y D, encuentren en las narrativas transmedia (historias con ambiente sonoro, microvideos, entrevistas y publicaciones de historias y relatos de otros pasajeros.) un espacio donde sus experiencias sean reconocidas y valoradas públicamente.

A corto plazo, se prevé un alto nivel de interacción y participación ciudadana en las plataformas digitales, donde los usuarios compartan sus propias historias y reflexiones sobre la informalidad vehicular.

Se espera lograr un alto nivel de interacción y participación por parte de los usuarios, estimado en un 20% o 30% de engagement total en las plataformas digitales del proyecto. Este porcentaje se medirá considerando indicadores como reacciones, comentarios, compartidos, reproducción de vídeos y participación en encuestas o dinámicas transmedia. Asimismo, se proyecta que al menos un 15% de los usuarios seguidores contribuya activamente al proyecto mediante el envío de testimonios, relatos, audios o comentarios que permitan ampliar el archivo narrativo de *Asiento 88*.

De igual manera, se espera que el alcance digital mensual de los contenidos aumente en un 40% durante los primeros tres meses de difusión, medido a través de estadísticas de visualización y alcance orgánico en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube. Finalmente, se estima que un 10% de la audiencia participe en actividades presenciales o activaciones urbanas (talleres, exposiciones o grabaciones comunitarias), lo que permitirá evaluar la capacidad del proyecto para generar conexión ciudadana más allá del entorno digital.

Este diálogo digital contribuirá a construir una comunidad activa de pasajeros y creadores culturales que promueven la empatía, la memoria colectiva y la identidad urbana.

A medio plazo, se espera que Asiento 88 incremente la conciencia ciudadana sobre la importancia de la formalización del transporte público, motivando cambios de comportamiento y generando presión social hacia instituciones y autoridades. Asimismo, se proyecta un fortalecimiento del sentido de pertenencia urbana, especialmente entre mujeres trabajadoras y jóvenes, quienes verán representadas sus vivencias cotidianas en las piezas narrativas del proyecto.

A largo plazo, el resultado ideal será la consolidación de Asiento 88 cómo referente de innovación cultural en la movilidad urbana, integrando arte, tecnología y participación ciudadana para transformar la manera en que los limeños perciben y habitan su ciudad. Esto permitirá que el transporte público deje de ser un espacio de precariedad para convertirse en un escenario de memoria, identidad y transformación colectiva.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El proceso de prototipado de Asiento 88 permitió materializar la propuesta transmedia a través de productos que integran narrativa, participación ciudadana y tecnología. Cada prototipo fue diseñado con el propósito de validar tanto la viabilidad comunicacional como la conexión emocional con los usuarios limeños, especialmente pasajeros de transporte público pertenecientes a los sectores C y D.

Para su desarrollo, se aplicaron dos niveles de fidelidad, prototipo de baja fidelidad (Dossier del producto), prototipo de alta fidelidad (Antegrado). A continuación se detalla cada etapa y herramienta aplicada.

2.5.8 Experimentos

Con el propósito de validar la propuesta transmedia Asiento 88 y comprobar su pertinencia para los usuarios del transporte público limeño, se desarrolló un conjunto de experimentos bajo el enfoque de la tabla receptora y la experimentación ágil. Esta metodología permitió obtener retroalimentación rápida, medir reacciones reales y ajustar el prototipo de manera iterativa. A

continuación, se detallan las hipótesis, pruebas realizadas, métricas obtenidas y aprendizajes derivados.

La hipótesis central del proyecto plantea que los pasajeros del transporte público limeño especialmente quienes utilizan combis, coasters y colectivos informales se identificarán con contenidos audiovisuales construidos a partir de historias reales y se mostrarán dispuestos a participar enviando sus propias experiencias cuando se les presente un formato accesible, breve y emocional. Asimismo, se asumió que los usuarios interactúan con mayor frecuencia con materiales transmedia cortos y distribuidos en plataformas populares como Instagram, Youtube, Spotify y TikTok, y que la conexión afectiva generada por estos relatos permitiría validar la necesidad de visibilizar la experiencia del pasajero dentro de la movilidad urbana limeña.

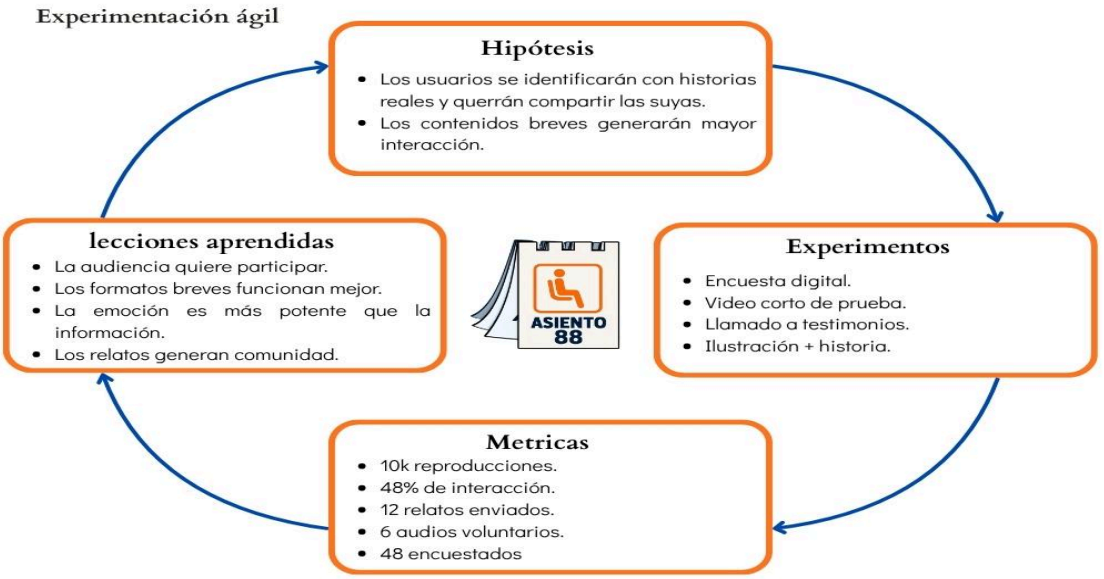
Para validar estas hipótesis se llevaron a cabo diversos experimentos digitales utilizando prototipos de contenido y mecanismos de recopilación de información. En primer lugar, se aplicó una encuesta digital a 48 usuarios del transporte público para identificar percepciones, frustraciones y posibles motivaciones para participar en un proyecto narrativo. Posteriormente, se difundieron unos videos piloto de 60 segundos basados en un testimonio real, el cual permitió evaluar la reacción emocional inicial de los usuarios. Asimismo, se realizó un llamado abierto a testimonios mediante Instagram Stories para medir la disposición del público a compartir sus relatos personales. Finalmente, se probó una publicación que combinaba ilustración y narrativa breve, con el fin de explorar el impacto de los recursos visuales en la interacción ciudadana.

Las métricas recolectadas durante el proceso permitieron evaluar el comportamiento de los usuarios frente a los prototipos presentados. La tasa de interacción de los contenidos publicados alcanzó el 48%, un indicador por encima del promedio para cuentas nuevas. Las publicaciones lograron 10k reproducciones, 300 reacciones, 15 comentarios. El experimento de recopilación de testimonios generó un total de 18 aportes (12 historias escritas y 6 audios), mientras que la encuesta inicial obtuvo 48 respuestas completas. Estos datos muestran una audiencia activa, involucrada y emocionalmente conectada con la temática planteada.

Las lecciones aprendidas durante el proceso de experimentación revelaron que los pasajeros del transporte público limeño no solo se identifican profundamente con los relatos sobre la informalidad, sino que además buscan activamente espacios donde puedan expresarse y sentirse representados. Los prototipos demostraron que la emoción es un factor decisivo para generar interacción, siendo los contenidos breves y visuales los que obtuvieron mayor respuesta. Asimismo, se comprobó que la participación aumenta cuando se garantiza anonimato, facilidad para compartir experiencias y un tono respetuoso y empático. También se identificó que las mujeres y los usuarios de sectores C y D interactúan con especial interés cuando el contenido refleja situaciones cotidianas relacionadas con seguridad, cansancio o frustración durante el viaje. Finalmente, se aprendió que el proyecto debe mantener un enfoque narrativo accesible, comunitario y cultural, y reforzar dinámicas de co-creación que permitan que la comunidad se convierta en protagonista activa de Asiento 88.

Figura 2.5.8

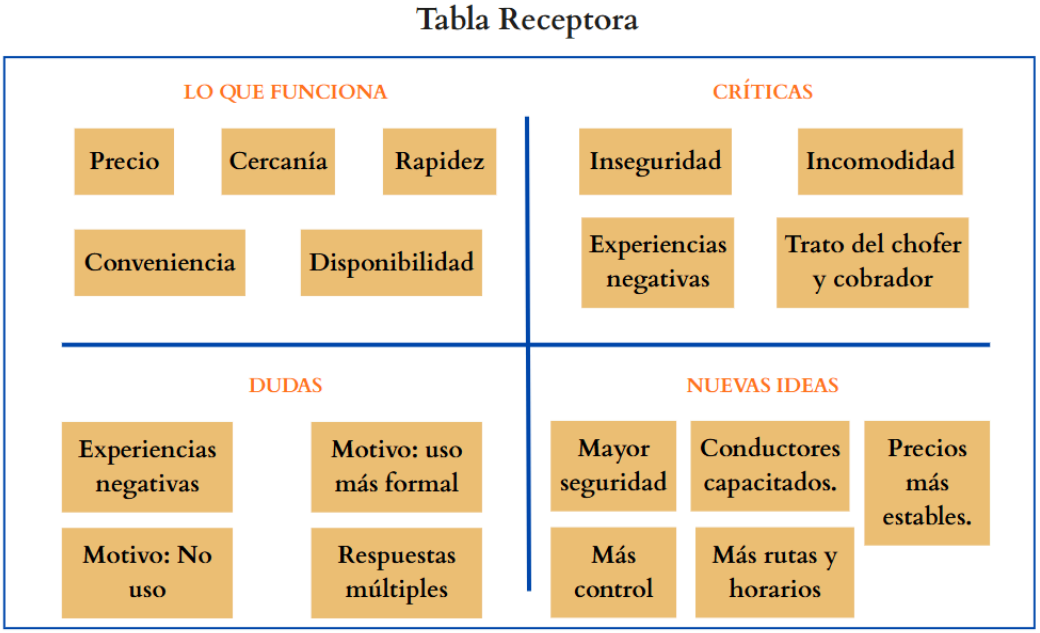
Experimentación Ágil



Nota: La figura presenta el esquema de experimentación ágil del proyecto de asiento 88, que resume las hipótesis planteadas, los experimentos realizados, las métricas y las lecciones aprendidas.

Figura 2.5.8

Tabla receptora



Nota: La Tabla receptora mostrada presenta las percepciones clave de los usuarios, los cuales indicaron lo que funciona, las críticas, las dudas y las nuevas ideas que aportan al proyecto.

En la primera sección se muestra lo que funciona, es decir, con lo que los pasajeros están de acuerdo sobre el transporte informal. Tenemos el precio, ya que son muy accesibles; la cercanía de las paradas de los buses, que es una de las razones principales por las que prefieren este tipo de empresas; la rapidez con la que estos se transportan, ya que así el usuario puede llegar más rápido a su destino; la conveniencia y la disponibilidad que ellos tienen al aceptar a pasajeros aunque estos se encuentren llenos.

En la segunda sección tenemos las críticas, ya que al ser empresas informales, se arriesgan a infinidades de peligros, entre los cuales los usuarios resaltan la inseguridad que viene ligada a la incomodidad, ya que los buses buscan llenarse sin importar que; experiencias negativas y el trato del chofer y cobrador hacia los usuarios, los cuales la mayoría de veces no reciben el debido respeto.

Siguiendo con la tercera sección, los usuarios presentan ambigüedades en sus respuestas por la falta de claridad en ellas y por la contradicción en algunas preguntas, por ejemplo, las respuestas

solo se simplificaron a un “sí” o un “no”; además de ello, algunas eran cortas y no sustentaban sus respuestas. Aquí hizo falta justificar mejor la respuesta para un mejor entendimiento.

Finalmente en la cuarta sección, los usuarios presentaron nuevas ideas como aporte al proyecto, entre las cuales se encuentran mayor seguridad, mejora en la capacitación de los conductores, ofrecer una tarifa de precios más estables en las empresas formales, un mayor control sobre los buses, y ofrecer más rutas y más horarios para tener un mejor orden dentro del transporte público.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto *Asiento 88* propone una solución innovadora basada en una estrategia transmedia que visibiliza las experiencias cotidianas de los pasajeros del transporte público limeño, especialmente aquellos afectados por la informalidad vehicular. La propuesta de valor se centra en transformar relatos reales en contenidos audiovisuales breves, ilustraciones, podcasts y narrativas digitales que permitan al usuario sentirse representado, escuchado y conectado con la vida urbana. El modelo de negocio se sustenta en un enfoque híbrido: creación cultural, participación ciudadana y sostenibilidad operativa mediante financiamiento mixto (fondos culturales, patrocinios, monetización digital y servicios de producción narrativa).

La sostenibilidad del proyecto se garantiza a través de la diversificación de ingresos, la creación de una comunidad digital activa y la implementación de contenidos escalables y replicables. Al operar con un modelo flexible y de bajo costo basado en producción audiovisual ligera, herramientas digitales accesibles y colaboración con creadores culturales *Asiento 88* puede sostener su crecimiento progresivo y adaptarse a nuevas plataformas o alianzas estratégicas.

El plan de actividades considera una nueva iteración, en la que se continuará validando la propuesta mediante la recopilación de testimonios y pruebas con nuevos formatos. Asimismo, se plantea una réplica del proyecto en otros distritos de Lima con alta presencia de transporte informal, y

una fase de masificación, que incluye exposiciones urbanas, talleres comunitarios, alianzas con instituciones culturales y difusión ampliada en redes sociales y medios aliados.

Los recursos necesarios para la implementación incluyen un equipo humano conformado por: director o coordinador general, productor audiovisual, editor digital, diseñador gráfico, community manager y asistente de producción. En cuanto a recursos materiales y tecnológicos, el proyecto requiere cámaras, micrófonos, iluminación básica, licencias de software de edición (Adobe, Cap Cut Pro, Canva Pro), hosting web, computadoras, dispositivos móviles y utilería mínima para escenografía y ambientación. Estos recursos permiten garantizar la calidad narrativa y visual del contenido, así como la operación efectiva de la estrategia transmedia.

En conjunto, *Asiento 88* se presenta como un proyecto cultural y ciudadano que responde a una problemática real, con un modelo innovador, sostenible y adaptable, capaz de generar impacto social mediante la visibilización de las historias que se viven cada día en el transporte público limeño.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto del proyecto Asiento 88 se estructuró siguiendo las categorías establecidas para iniciativas de innovación cultural y producción audiovisual, asegurando coherencia con el modelo de negocio y las actividades clave del proyecto. La tabla presentada detalla los costos asociados a seis grandes rubros: personal, materiales, tecnología, servicios operacionales, marketing y talentos. En el apartado de costos de personal, se incluyen los honorarios del equipo responsable de la dirección, producción audiovisual, edición digital, diseño gráfico, apoyo logístico y dirección de arte al igual que el personal de seguridad, todos ellos esenciales para el desarrollo de la propuesta transmedia. Los costos de materiales comprenden utilería y elementos visuales necesarios para la ambientación y las activaciones del proyecto. Los costos tecnológicos consideran las licencias de software, el alquiler de equipos y el software de inteligencia artificial para la creación de videos.

Asimismo, se incorporan costos operacionales, como movilidad y alimentación, indispensables para la ejecución en campo. En la categoría de marketing y comunicación, se incluyen la publicidad digital y el diseño de piezas promocionales, en línea con los canales definidos en el modelo de negocio y como punto final está el apartado de talentos los cuales llevan a cabo los diferentes contenidos del universo.

Con el fin de asegurar la viabilidad financiera del proyecto y prever posibles imprevistos durante su ejecución, se incorporó un rubro de contingencias equivalente al 10% del subtotal del presupuesto. Este porcentaje se calcula sobre la suma total de los costos directos (personal, materiales, tecnología, operativos y marketing) y responde a las recomendaciones metodológicas para proyectos creativos y de innovación, donde pueden surgir gastos no planificados asociados a variaciones en tiempos de producción, ajustes técnicos, disponibilidad de recursos o necesidades operativas emergentes. Incluir este monto permite garantizar la continuidad del proyecto *Asiento 88* sin afectar su calidad, cobertura ni cronograma, asegurando una gestión responsable y realista del presupuesto general.

El costo total estimado asciende a S/ 7,750.82 una inversión que permite garantizar la producción, difusión y sostenibilidad inicial de Asiento 88.

Tabla 3.1

Presupuesto

TABLA DE PRESUPUESTO						
Partida	**Descripcion detallada**	**Tipo de costo**	**Unidad**	**Cantidad**	**Costos Unitarios (S/.)**	**Costo Total (S/.)**
1. Costos de Personal						
1.1 Dirección/ Coordinación	Coordinador General del Proyecto	CF	Mes	1	S/.300.00	S/.300.00
1.2 Producción Audiovisual	Direcctor y director transmedia	CF	Mes	1	S/.200.00	S/.200.00
1.3 Produccion Digital	Editor de video / comunnity manager	CF	Mes	1	S/.200.00	S/.200.00
1.4 Diseño Grafico / Ilustración	Diseñador de piezas transmedia	CV	Servicio	1	S/.120.00	S/.120.00
1.5 Logística y asistente de producción	Logistica de rodajes y coordinación	CV	Jornada	1	S/.80.00	S/.80.00
1.6 Dirección de arte	Directora de arte y productora	CF	Mes	1	S/.150.00	S/.150.00
1.7 Personal de seguridad	Personal de seguridad	CF	Jornada	1	S/.250.00	S/.250.00
SUBTOTAL PERSONAL						**S/.1,300.00**
2. Costos de Materiales						
2.1 Utilería mínima	Atrezzo simple para rodajes (Cateles, elementos de ambientación)	CV	Global	1	S/.250.00	S/.250.00
2.2 Bus	Vehiculo donde se grabara	CF	MES	1	S/.475.00	S/.475.00
2.3 Identidad Visual	Impresiones, stickers, señaleticas para ambientar	CV	Global	1	S/.150.00	S/.150.00
2.4 Electricidad	Grupo Electrogeno	CV	Jornada	1	S/.520.00	S/.520.00
SUBTOTAL MATERIALES						**S/.1,395.00**

3. Costos de Tecnologia/Software						
3.1 Software de edición	Licencia de adobe / CapCut pro	CF	Mes	1	S/.150.00	S/.150.00
3.2 Alquiler de equipos	Camara, luces y sonido	CV	Mes	1	S/.3,340.60	S/.3,340.60
3.3 Software de IA	Pika Art	CF	Mes	1	S/.112.22	S/.112.22
SUBTOTAL MATERIALES						**S/.3,602.82**
4. Costos operacionales y servicios						
4.1 Movilidad	Pasajes Transporte, movilidad para rodajes	CV	Jornada	1	S/.385.00	S/.385.00
4.2 Alimentación	Refrigerios para el equipo durante rodaje	CV	Jornada	1	S/.521.00	S/.521.00
SUBTOTAL MATERIALES						**S/.906.00**
5. Costos de talentos						
5.1 Actores principales y secundarios	Actores principales y secundarios para el rodaje	CV	Jornada	1	S/.1,775.60	S/.1,775.60
5.2 Extras	Extras	CV	Jornada	1	S/.120.00	S/.120.00
5.3 Host - Ambulante 88	Host para la plataformas de tikkok	CV	Jornada	1	S/.130.00	S/.130.00
5.4 Actores de Voz	Actores de voz para ficcion sonora	CV	Jornada	1	S/.200.00	S/.200.00

6. Costos de Marketing y comunicación						
6.1 Publicidad digital	Promoción en instagram y tiktok (camapaña de 1 mes)	CV	Campaña	1	S/.120.00	S/.120.00
6.2 Diseño de piezas	Plantilla, gráficas y animaciones	CV	Servicio	1	S/.100.00	S/.100.00
SUBTOTAL MATERIALES						**S/.220.00**
7. Contingencias						
7.1 Fondo de contingencia (10%)	Imprevistos de producción	CI	%	10%	S/.547.00	S/.547.00
SUBTOTAL MATERIALES						**S/.547.00**
TOTAL GENERAL DEL PRESUPUESTO						**S/.7,750.82**

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto Asiento 88 permitió evidenciar que la informalidad del transporte público limeño no solo afecta la seguridad y movilidad de los pasajeros, sino también su reconocimiento como ciudadanos con experiencias y emociones que merecen visibilidad. A través del proceso de investigación, diseño centrado en el usuario y experimentación ágil, se confirmó que los pasajeros desean espacios donde puedan expresar sus vivencias y sentirse representados culturalmente.

Los experimentos realizados validaron que los contenidos audiovisuales breves y emotivos generan alta identificación, interacción y participación voluntaria. De igual manera, se comprobó que la estrategia transmedia propuesta es pertinente, viable y capaz de transformar la rutina del viaje en un espacio de memoria urbana y construcción de ciudadanía. En conjunto, el proyecto demuestra que la narrativa digital puede ser una herramienta poderosa para visibilizar problemáticas sociales, generar empatía y promover reflexión respecto a la movilidad informal en Lima.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda continuar ampliando la recopilación de historias de pasajeros para fortalecer la base narrativa del proyecto y diversificar los perfiles representados. Es importante mantener la

producción de contenidos breves y accesibles, priorizando formatos emocionales que generen mayor conexión con la audiencia. También se sugiere establecer alianzas con instituciones culturales, organizaciones sociales y actores del sistema de transporte para ampliar el alcance y sostenibilidad de la propuesta. Asimismo, se aconseja explorar talleres presenciales o espacios comunitarios donde los usuarios puedan compartir relatos de manera segura y acompañada. Finalmente, se recomienda seguir aplicando metodologías de experimentación ágil para iterar y mejorar continuamente los contenidos, asegurando que el proyecto se mantenga alineado a las necesidades reales de los pasajeros y a la evolución del contexto urbano limeño.

V. Referencias Bibliográficas

Autoridad de Transporte Urbano. (2023, 17 de agosto). El parque automotor causa el 58% de contaminación en aire de Lima y Callao. Agencia Peruana de Noticias Andina. https://andina.pe/agencia/noticia-atu-parque-automotor-causa-58-contaminacion-aire-lima-y-callao-951455

América Televisión. (2023, 16 de enero). El 67% del transporte en Lima es informal. América Noticias. https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/67-transporte-lima-informal-n496993

Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU). (2024, 31 de diciembre). ATU logra el mayor índice de detección de informalidad con más de 43,000 vehículos intervenidos en el 2024. https://www.gob.pe/institucion/atu/noticias/1087561-atu-logra-el-mayor-indice-de-deteccion-de-informalidad-con-mas-de-43-000-vehiculos-intervenidos-en-el-2024

Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU). (2025, 8 de enero). ATU ejecuta acciones contra la informalidad en el transporte público. https://www.gob.pe/institucion/atu/noticias/1146126-atu-ejecuta-acciones-contra-la-informalidad-en-el-transporte-publico

Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao. (2024). ATU logra el mayor índice de detección de informalidad con más de 43,000 vehículos intervenidos en el 2024. Ministerio de Transportes y Comunicaciones. https://www.gob.pe/institucion/atu/noticias/1087561-atu-logra-el-mayor-indice-de-deteccion-de-informalidad-con-mas-de-43-000-vehiculos-intervenidos-en-el-2024

Bus Stories. (2012). Bus Stories Project: Real stories from London buses. http://www.busstories.org

Carpio Zúñiga, M. A. & Lopez Raygada, R. S. (2022). Impacto de la informalidad en la concesión autofinanciada del transporte público urbano (Tesis de maestría). Universidad Peruana. https://repositorio.up.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/dbbdfaac-f367-4969-ae64-109c9f1808db/content

Dirección de Comunicación UDEP. (2021, noviembre 29). Renacer: el primer proyecto transmedia colaborativo entre Perú y Chile. UDEP Hoy. https://www.udep.edu.pe/hoy/2021/11/renacer-el-primer-proyecto-transmedia-colaborativo-entre-peru-y-chile/

El Comercio. (2025, 10 de diciembre). Capturan a 7 inspectores que extorsionaban a empresas de transporte de Lima Este: Así operaba la banda "Los Elegantes de Lima Este". https://elcomercio.pe/lima/transporte/capturan-a-7-inspectores-que-extorsionaban-a-empresas-de-transporte-de-lima-este-asi-opera-la-banda-los-elegantes-de-lima-este-noticia/

El Comercio. (2025, noviembre 2). El transporte público pasó a ser el segundo problema que más afecta a ciudadanos de Lima, según Lima Cómo Vamos. El Comercio. https://elcomercio.pe/lima/el-transporte-publico-paso-a-ser-el-segundo-problema-que-mas-afecta-a-ciudadanos-lima-como-vamos-noticia/

Escorza, M. A. (2022, noviembre). Lima y Callao según sus habitantes: Reporte urbano de percepción ciudadana 2022. Limacomovamos.org. https://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2022/11/EncuestaLCV2022.pdf

Gestión. (2025, 13 de octubre). Paro del 15 de octubre: estos son los gremios de transportistas que no acatarán movilización.

https://gestion.pe/peru/politica/paro-del-15-de-octubre-estos-son-los-gremios-de-transportistas-que-no-acataran-movilizacion-noticia/

Instituto de Estudios Peruanos (IEP). (2019). Encuesta Nacional sobre Percepciones de la Ciudad y Movilidad Urbana. Lima: IEP.

Instituto de Estudios Peruanos (IEP). (2023). Triple informalidad en el Perú: un análisis mixto a nivel nacional urbano sobre las implicancias de la informalidad laboral en el transporte y la vivienda. https://iep.org.pe/estudios-y-proyectos/triple-informalidad-en-el-peru-un-analisis-mixto-a-nivel-nacional-urbano-sobre-las-implicancias-de-la-informalidad-laboral-en-el-transporte-y-la-vivienda

Lima Cómo Vamos. (2025). Lima y Callao según sus habitantes: Reporte urbano de percepción ciudadana - Edición 14. https://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2025/01/EncuestaLCV2024.pdf

Llacza Escobar, K. S., & Núñez Lázaro, J. N. (2025). La informalidad de transporte terrestre público urbano y los derechos fundamentales de los usuarios, Santa Anita 2024 (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma del Perú. https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/3791/Llacza%20Escobar,%20K.%20S.,%20&%20Nu%C3%B1ez%20Lazaro,%20J.%20N..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). (2025, mayo 13). Lineamientos para la reducción de la informalidad en el transporte público. https://lpderecho.pe/lineamientos-reduccion-informalidad-servicio-transporte-publico-resolucion-ministerial-262-2025-mtc-01-02/

Movemos. (2024, 10 de enero). Más de un tercio de los peruanos sienten ansiedad y/o estrés por el tráfico vehicular. Corresponsables. *https://www.corresponsables.com/per/actualidad/ods-11-ciudades-y-comunidades-sostenibles/mas-de-un-tercio-de-los-peruanos-siente-ansiedad-y-o-estres-por-el-trafico-vehicular*

Municipalidad de Lima. (2020, 19 de agosto). Bibliometro de Lima reanudó atención presencial en todas sus sedes [Nota de prensa]. Gobierno del Perú. *https://www.gob.pe/institucion/munilima/noticias/568527-bibliometro-de-lima-reanudo-atencion-presencial-en-todas-sus-sedes*

Municipalidad Metropolitana de Lima. (2019). Cultura en tu bus: Informe de intervención cultural urbana. Lima: Gerencia de Cultura. *https://www.gob.pe/institucion/atu/campa%C3%B1as/9754-musica-y-cultura-para-tu-viaje*

Municipalidad Metropolitana de Lima. (2022, septiembre 3). Municipalidad de Lima recibe premio por el Bibliometro de Lima. Gob.pe. *https://www.gob.pe/institucion/munilima/noticias/647325-municipalidad-de-lima-recibio-premio-de-la-biblioteca-nacional-del-peru-por-su-programa-de-lectura-bibliometro-de-lima*

Narratives of the City. (2015). Narratives of the City: Stories from the New York Subway. *https://www.narrativesofthecity.org*

Perú. (2019, agosto 24). Bibliometro de Lima ofrece lectura inclusiva en braille por el Día de la Mujer. Peru 21. *https://peru21.pe/lima/dia-mujer-bibliometro-lima-ofrecera-lectura-inclusiva-braille-398615-noticia/*

Quispe, J. (2020). Narrativas transmedia en el Perú: estrategias de expansión de historias en cine y medios digitales. Revista Comunicación y Sociedad, 35(2), 45–63.

REDES. (2023). Informe especial sobre transporte público. REDES. https://www.redesarrollo.pe/wp-content/uploads/2023/11/Informe-Especial-transporte-publico.pdf

Silva Macher, J. C. (2023, 20 de septiembre). Movilidad sostenible: ¿Qué desafíos y problemas enfrenta Lima Metropolitana? Instituto de Investigación de la PUCP. https://inte.pucp.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/movilidad-sostenible-a-que-desafios-y-problemas-se-enfrenta-lima-metropolitana/

Silva, R. (2025, 14 de enero). Transporte público en Lima, una problemática que se expande con la ciudad [Informe]. RPP Noticias. https://rpp.pe/lima/actualidad/transporte-publico-en-lima-una-problematica-que-se-expande-con-la-ciudad-informe-noticia-1609792?ref=rpp

Tica Osco, R., Saavedra Figueroa, L. A., & Díaz Ardiles, D. E. (2025). Informalidad en el transporte público de Lima Norte [Tesis de maestría, Universidad Autónoma del Perú]. Studocu. https://www.studocu.com/pe/document/universidad-autonoma-del-peru/gestion-publica/informalidad-en-el-transporte-publico-de-lima-norte-maestria-en-gestion/127016232

Verano, P. (2023). Encuesta Lima Cómo Vamos. Lima Cómo Vamos. https://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2024/01/EncuestaLCV2023.pdf

Yana. (2021). Aplicación Yana: Inteligencia artificial para el acompañamiento emocional. https://www.yanahelp.org/

VI. Anexos

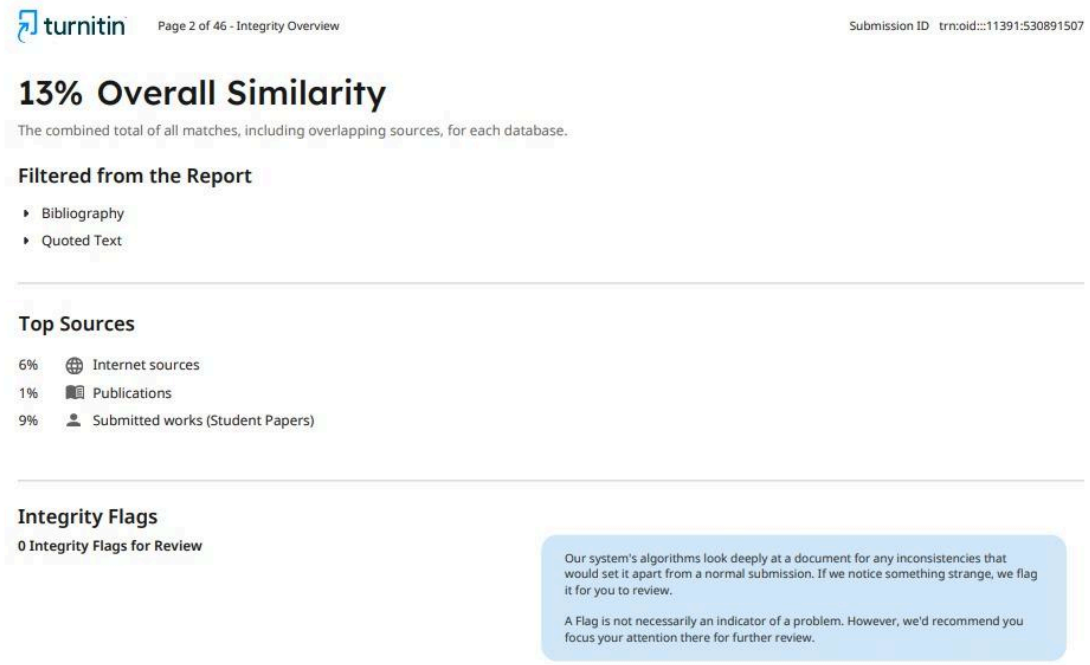
6.1 Informe de Turnitin

El proyecto *"Asiento 88: narrativa transmedia para visibilizar experiencias ciudadanas frente a la informalidad del transporte público en Lima"*, fue evaluado mediante la herramienta Turnitin con el objetivo de verificar su nivel de originalidad y asegurar el cumplimiento de criterios éticos y académicos. El informe arrojó un 13% de similitud total, un porcentaje considerado bajo y aceptable para trabajos de investigación, ya que corresponde principalmente a coincidencias con publicaciones generales, textos de internet y trabajos estudiantiles, sin presencia de plagio ni coincidencias significativas. Asimismo, el reporte no registró ninguna bandera de integridad, lo cual confirma que el contenido del documento es original, presenta redacción propia y cumple con los estándares institucionales de honestidad académica.

En la segunda parte del informe de Turnitin se detalla el origen de los porcentajes de similitud detectados en el documento. Del total de coincidencias, el 7 % proviene de fuentes de Internet, el 2 % de publicaciones académicas y el 9 % corresponde a trabajos previamente entregados por estudiantes lo cual nos da un porcentaje total de 12%, lo cual suele estar asociado a estructuras metodológicas, términos técnicos o formulaciones académicas comunes. Asimismo, el informe indica que la bibliografía y los textos citados han sido filtrados del análisis, garantizando que las coincidencias no se deban a referencias correctamente acreditadas. Finalmente, el reporte no presenta marcas de integridad ni alertas para revisión, lo que confirma que el trabajo mantiene un uso adecuado de fuentes, una correcta citación y un nivel aceptable de originalidad conforme a los estándares académicos.

Figura 6.1

Turnitin parte 1



Turnitin parte 2

