ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Sitio web para gestionar la presión en creadores de contenido peruanos

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

PRESENTADA POR

Alvaro Alonso Ricse Gamarra
DNI: 72121007, Perú
Joaquin Nuñez Hilser
DNI: 70826916, Perú

ASESOR

Jorge Ronaldo Godiel Galvez
DNI: 71317524, Perú
ORCID: 0000-0002-0303-245

JURADO

Elizabeth Fabiola Palomino Nolasco
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Carol Bustamante Tello

Lima, Enero 2026

Informe_0000024197_0000022361_RICSE_NU%C3%91EZ.doc...

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:545596028

Fecha de entrega
12 ene 2026, 5:45 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
12 ene 2026, 5:50 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe_0000024197_0000022361_RICSE_NUÑEZ.docx.pdf

Tamaño del archivo
4.4 MB

79 páginas

9728 palabras

56.792 caracteres

11% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
10%	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.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Información General

1.1 Título del Proyecto de Innovación 5

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 5

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 8

2. Descripción de la Innovación

2.1. Planteamiento del Problema 11

2.2. Población Beneficiaria 16

2.3. Objetivo(s) del Proyecto 18

2.4. Marco referencial 18

2.5. Proceso Creativo y Experimentos 21

2.5.1. Información sobre el Usuario(s) 21

2.5.2. Información sobre el Mercado 28

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor 31

2.5.4. Diseño de Producto y Servicio 37

2.5.5. Modelo de Negocio 40

2.5.6. Resultados Esperados 42

2.5.7. Prototipos Desarrollados 42

2.5.8. Experimentos 53

2.5.9. Resumen del Proyecto de Innovación 59

3. Estimación de costos 65

4. Conclusiones y recomendaciones 66

5. Referencias Bibliográficas 69-71

6. Anexo 72-79

ÍNDICE DE TABLAS

1. **Tabla 1.1 Estudio en base a Infobae sobre la relevancia de la gastronomía y la cultura como elementos esenciales de la identidad peruana. 9**
2. **Tabla 3.1 Presupuesto del proyecto del trabajo de innovación 65**

ÍNDICE DE FIGURAS

1. **Tabla 2.1 Árbol de Problemas del trabajo de innovación 15**
2. **Tabla 2.2 Mapa de actores del trabajo de innovación 17**
3. **Tabla 2.3 Arquetipo de usuario del trabajo de innovación 23**
4. **Tabla 2.4 Mapa de empatía del trabajo de innovación 25**
5. **Tabla 2.5 Insights del trabajo de innovación 27**
6. **Tabla 2.6 Scamper del trabajo de innovación 32**
7. **Tabla 2.7 Ruta para conceptualizar del trabajo de innovación 34**
8. **Tabla 2.8 Propuesta de valor del trabajo de innovación 36**
9. **Tabla 2.9 Modelo de negocio del trabajo de innovación 41**
10. **Tabla 2.10 Sketch del trabajo de innovación 44**
11. **Tabla 2.11 Prototipo de Baja Fidelidad del trabajo de innovación 46**
12. **Tabla 2.12 Prototipo de Alta Definición 46 del trabajo de innovación 48-52**
13. **Tabla 2.13 Tablero UX del trabajo de innovación 54**
14. **Tabla 2.14 receptora del trabajo de innovación 56**
15. **Tabla 2.15 Experimentación ágil del trabajo de innovación 58**
16. **Tabla 2.16 Diagrama de Gantt del trabajo de innovación 63**
17. **Tablas 6.1 Resultados de la encuesta 72 -79**

Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Sitio web para gestionar la presión en creadores de contenido peruanos: El título del proyecto se refiere a la creación de un sitio web integral cuyo objetivo principal es mitigar el impacto negativo de la presión digital y la viralidad en la salud mental y estabilidad laboral de los creadores de contenido peruanos. La plataforma busca establecer un ecosistema de bienestar que incluye monitoreo psicológico, acompañamiento especializado, foros de apoyo comunitario y un módulo para facilitar conexiones éticas con marcas.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "**Sitio web para gestionar la presión en creadores de contenido peruanos"** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de "**Salud y bienestar social"** y la actividad económica de "**Información y comunicaciones**" y busca resolver "**el impacto negativo de la viralidad y la presión digital en la salud mental y sostenibilidad laboral de creadores de contenido peruanos"**, teniendo como población beneficiaria "**jóvenes de 18 a 35 años que se dediquen a la creación de contenido en redes sociales."**

Se empleó una metodología de resolución creativa de problemas, combinando herramientas de Design Thinking, enfocadas en el usuario, con Lean Startup, para impulsar la implementación de los resultados. Este enfoque integra la colaboración y el pensamiento visual, utilizando diversas técnicas como: la técnica *persona* para definir arquetipos y validar usuarios; el mapa de actores para comprender el contexto y el mercado; el mapa de trayectoria para delinear la mecánica de la propuesta; el *canvas* de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador; y el *canvas* de modelo de negocio para evaluar la

sostenibilidad de la propuesta. Estas y otras herramientas se presentan detalladamente en el documento subsiguiente.

La solución innovadora mostrada en forma de propuesta de valor consiste en **“crear un ecosistema integral que permita conectar a creadores de contenido con un sistema de autorregulación, conexiones con marcas y acompañamiento psicoemocional especializado”,** trata de un(a) **“sitio web que se centre en monitorear y fortalecer el bienestar psicológico de los creadores de contenido (persona persona que produce y publica material en plataformas digitales), también reducir la sensación de aislamiento digital mediante foros privados donde los creadores podrán compartir sus experiencias y apoyarse mutuamente. También proponemos un módulo para facilitar la conexión de creadores con marcas y proyectos alineados con sus valores personales, reduciendo la presión financiera derivada de la dependencia de los algoritmos o métodos de monetización inestables.”**

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) de “**una página web”** para “**visualizar y testear con los usuarios que tan interactiva e intuitiva era la página, así como validar la facilidad de uso, propuesta de valor y disposición de pago con usuarios reales mediante pruebas de funcionamiento con 50 personas de 18 a 35 años, incluyendo tests de registro, navegación en el panel de control de bienestar e interacción con el sistema de alertas. Los resultados mostraron 96 % de registros completados, 4.5/5 en facilidad de uso y 47% de disposición a pagar por la suscripción premium. Los hallazgos cualitativos revelaron alta valoración de las funciones de control de tiempo y comunidad, mientras que se identificó la necesidad de simplificar el proceso de registro y personalizar las alertas automáticas.**”

Se concluye que la solución propuesta “**responde efectivamente a una necesidad validada en el mercado digital peruano, con alta disposición de adopción y potencial de impacto en la salud mental de creadores de contenido”** y se recomienda “**implementar la versión**

funcional mínima con las funciones validadas, establecer alianzas con organizaciones de salud mental y plataformas de transmisión en línea, y desarrollar un plan de crecimiento progresivo que incluya expansión regional y desarrollo de aplicación móvil nativa durante los próximos 12 meses.”

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El surgimiento de figuras conocidas como **"Perú-influencers" (persona que influye en las decisiones u opiniones de su audiencia a través de su contenido en redes sociales)**, especializadas en contenido sobre gastronomía, viajes y costumbres locales, está transformando la forma en que se vive y transmite la identidad cultural peruana en el ámbito digital. Según FayerWayer (2025), estos creadores de contenido, mediante el uso estratégico de hashtags como #Perú y #FiestasPatrias, han logrado visibilizar la gastronomía tradicional, los destinos turísticos y los rituales festivos, expandiendo significativamente el interés tanto a nivel nacional como internacional.

En cuanto al contenido que incorpora elementos del patrimonio cultural peruano, un estudio citado por Infobae (2024) identifica la gastronomía y la cultura como elementos esenciales de la identidad peruana contemporánea que han incrementado su relevancia en redes sociales. La distribución porcentual de los temas más demandados es la siguiente: cuarenta y seis por ciento en comida, cuarenta y cuatro por ciento en cultura, cuarenta y cuatro por ciento en tecnología, cuarenta y uno por ciento en humor y comedia, treinta y siete por ciento en deportes, treinta y seis por ciento en viajes, treinta y cinco por ciento en noticias, veintitrés por ciento en baile, veintiuno por ciento en moda y estilo de vida, veinte por ciento en podcast, diez y siete por ciento en **vlogs (contenido presentado en formato de video)** y videojuegos, diez y seis por ciento en programas en vivo y quince por ciento en lanzamientos de canciones.

Tabla 1.1

Estudio en base a Infobae sobre la relevancia de la gastronomía y la cultura como elementos esenciales de la identidad peruana.

Tipo de Contenido	Porcentaje de Demanda
Comida	46%
Noticias	45%
Cultura	44%
Tecnología	44%
Humor y Comedia	41%
Deportes	37%
Viajes	36%
Baile	23%
Moda y Estilo de Vida	21%
Podcast	20%
Vlogs y Gaming	17%
Programas en vivo	16%
Lanzamiento de Canciones	15%

En cuanto a las **plataformas digitales más utilizadas (infraestructura de software y hardware que facilita la interacción entre diferentes grupos de usuarios)** para seguir a creadores de contenido, el estudio "1000 Peruanos Dicen" de OMG Perú, citado por eBIZ (2024), identifica a TikTok y Facebook como las redes sociales más utilizadas por la población peruana para este fin. YouTube también se encuentra entre las tres principales plataformas. El mismo estudio revela que el contenido relacionado con la gastronomía y la cultura sigue siendo el más demandado por los usuarios peruanos, con una preferencia que oscila entre cuatro y cinco de cada diez encuestados.

Según el Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), el consumo de internet móvil en Perú continúa su tendencia al alza. Durante el cuarto trimestre de 2024, el uso promedio mensual de datos por usuario alcanzó los 19,24 gigabytes (GB), lo que representa un aumento del 11,34 % en comparación con el mismo período de 2023 (RPP Noticias, 2025). Este crecimiento sustancial en el consumo de datos es un factor clave para la expansión de los servicios de **streaming (tecnología que permite a los usuarios consumir contenido multimedia como audio, video y videojuegos a través de internet en tiempo real, sin necesidad de descargar el archivo completo)** en el país.

En cuanto a la salud mental de los **creadores de contenido (profesionales que producen material como texto, video, audio o imágenes para compartir en plataformas digitales con un público específico, con el objetivo de entretener, educar o informar)**, se estima que el 25 % de ellos considera abandonar las redes sociales debido a los efectos adversos asociados a su constante exposición en el entorno digital. Entre los principales factores que contribuyen a este problema se encuentran el **hackeo (acceso no autorizado a un sistema)**, la **humillación corporal (crítica o burla a la apariencia física de una persona)** y la cultura de la cancelación, entendida como un proceso

colectivo mediante el cual una comunidad digital sanciona o retira su apoyo a una figura pública tras considerar inapropiada su conducta, discurso o valores. Estas dinámicas crean un entorno de alta vulnerabilidad emocional, predisponiendo a los influencers (personas que, gracias a su presencia y credibilidad en redes sociales, tienen la capacidad de influir en las opiniones, actitudes o comportamientos de sus seguidores) a desarrollar síntomas de ansiedad, depresión y agotamiento emocional. En consonancia con esto, un estudio reciente indica que ocho de cada diez influencers han experimentado sentimientos de agobio en algún momento de su carrera profesional en el ámbito digital (Mercado Negro, 2024).

En cuanto a las consecuencias para la salud mental, las redes sociales constituyen un espacio digital que, mediante un uso inadecuado, puede afectar gravemente el bienestar psicológico de niños, niñas y adolescentes. Entre los principales riesgos identificados se encuentran la manifestación de síntomas ansiosos y depresivos, trastornos del sueño y del apetito, así como un mayor riesgo de abuso de sustancias, entre otros efectos adversos (TVPerú, 2024).

Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Un estudio reciente realizado en China reveló que el 30,6% de los streamers a tiempo completo presentan síntomas de **burnout (un síndrome de agotamiento físico, mental y emocional resultante de la exposición prolongada al estrés laboral)**. Los factores asociados a este burnout incluyen altos ingresos, una disminución significativa en el número de seguidores, la duración de su programación de streaming y el tipo de contenido que producen. Estos hallazgos sugieren que la viralidad, lejos de garantizar estabilidad, puede generar un nivel de presión que impacta directamente en la salud mental de los creadores.

De igual manera, un estudio internacional centrado en los Emiratos Árabes Unidos identificó una correlación entre el número de seguidores y el uso intensivo de redes sociales (más de cinco horas al día) con un aumento de emociones negativas, niveles elevados de ansiedad y conductas de evitación de relaciones. Este estudio destaca que incluso los creadores más populares y visibles enfrentan un deterioro en su bienestar emocional, lo que demuestra que la viralidad puede convertirse en un factor de vulnerabilidad.

Finalmente, una revisión académica más amplia sistematizó los principales riesgos que enfrentan los creadores de contenido en contextos digitales. Estos incluyen ansiedad, depresión, problemas de sueño, agotamiento, inseguridad laboral y exposición al escrutinio público. A estos factores se suma la presión constante por mantener una presencia en línea activa y relevante, lo que genera estrés tanto a nivel personal como profesional.

Según un artículo de Wired (2025), se ha documentado internacionalmente que los creadores de contenido digital se enfrentan a síndromes de agotamiento, una necesidad constante de producir contenido y cierta dependencia de la interacción social mediada por métricas de aceptación como los "me gusta" y las visualizaciones, con consecuencias negativas perceptibles para su salud mental.

En el contexto peruano, el acceso a programas de monetización, como el recientemente implementado por TikTok, impone a los streamers la obligación de cumplir con requisitos de producción y regularidad para generar ingresos, lo que se traduce en una demanda operativa constante. Según RPP (2025), desde mayo de 2025, los creadores de contenido peruanos tienen un incentivo adicional para transmitir en vivo en esta plataforma, pudiendo recibir una remuneración siempre que cumplan con los criterios establecidos por la plataforma.

Adicionalmente, existe un componente psicológico relevante: la búsqueda de validación externa a través de indicadores de **engagement (grado de interacción y conexión que tiene una persona con una marca, producto o contenido)** —como visualizaciones, "me gusta" y seguidores— y el miedo al fracaso o a quedarse atrás en un entorno altamente competitivo, lo que muchas veces conlleva sacrificios personales en términos de descanso, privacidad y gestión del estrés (eNotAlone, 2025).

ODS

ODS 3: Salud y Bienestar busca garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos. En el caso de los streamers peruanos, la viralidad puede generar tanto beneficios como problemas de salud. Por un lado, algunos logran mejorar su autoestima y sentirse motivados gracias al reconocimiento que reciben; sin embargo, también existen riesgos como el estrés, la ansiedad, el agotamiento o el sedentarismo debido a las largas horas frente a la computadora. Por lo tanto, este estudio contribuye al análisis de cómo la exposición al entorno digital puede afectar el bienestar físico y emocional de los creadores de contenido.

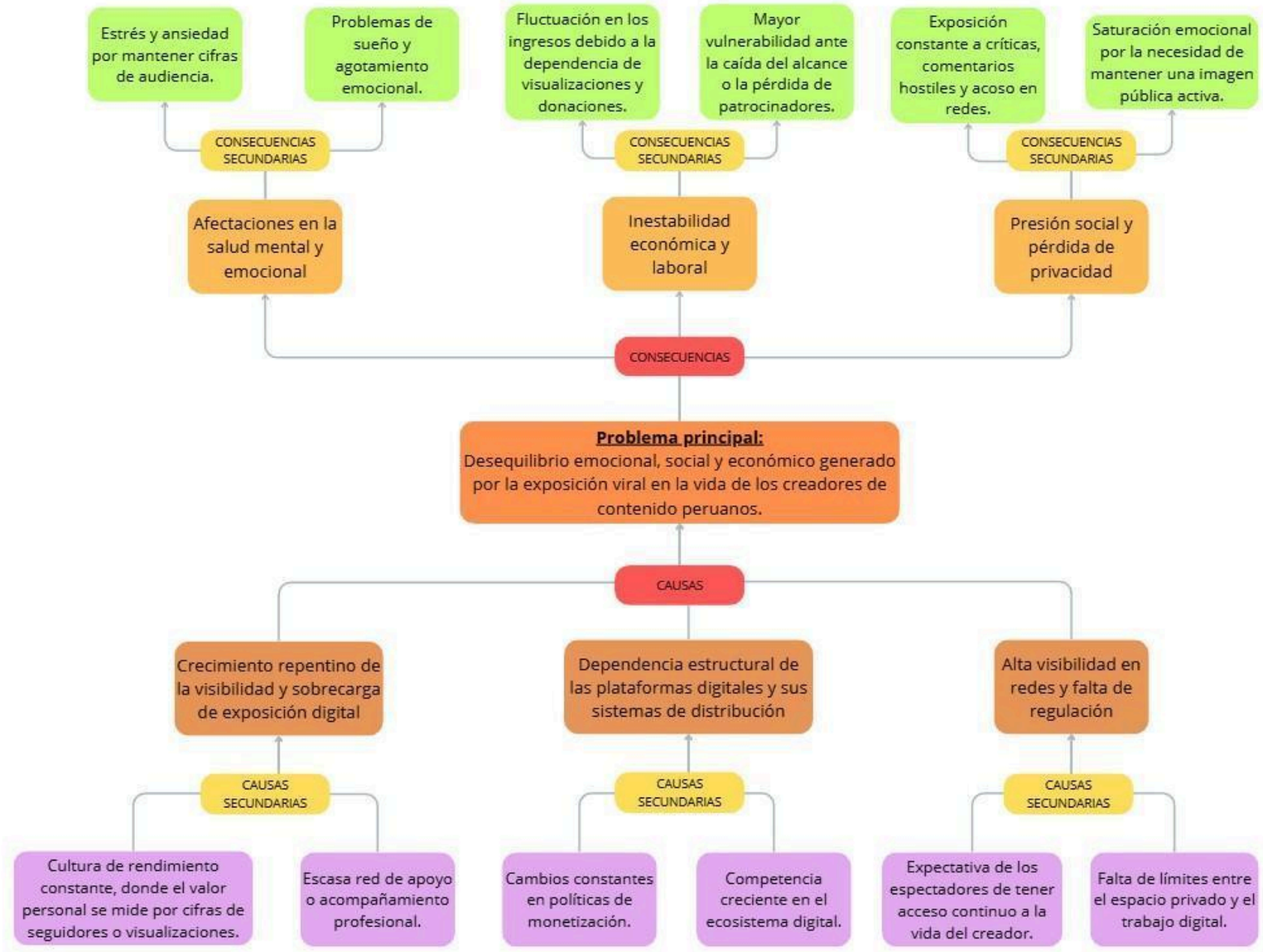
ODS 8: El trabajo decente y el crecimiento económico están vinculados al desarrollo de oportunidades laborales dignas y al crecimiento económico sostenible. La viralidad permite a los streamers encontrar nuevas formas de generar ingresos y formar parte de la economía digital. Sin embargo, estos empleos suelen carecer de estabilidad, seguridad laboral o regulaciones claras que garanticen condiciones justas. En este sentido, la investigación busca visibilizar la situación de los creadores en Perú y enfatizar la importancia de formalizar estas actividades para que puedan considerarse una fuente legítima de empleo.

A continuación, se presenta la Figura 1 que describe el desequilibrio emocional, social y económico que enfrentan los creadores de contenido peruanos como consecuencia de la exposición viral. Este problema se explica por tres causas principales: el crecimiento repentino de la visibilidad y la sobrecarga de exposición digital, la dependencia estructural de las plataformas y sus sistemas de distribución, y la alta visibilidad en redes acompañada de una falta de regulación. Estas causas se ven reforzadas por factores como la cultura de rendimiento centrada en métricas, la escasa red de apoyo profesional, los cambios constantes en las políticas de monetización, la competencia creciente en el entorno digital y la ausencia de límites claros entre la vida privada y el trabajo, así como la expectativa de acceso continuo por parte del público.

Estas condiciones generan consecuencias que afectan diferentes dimensiones de la vida del creador. En el ámbito económico y laboral, se produce inestabilidad debido a la fluctuación de ingresos y la vulnerabilidad frente a la pérdida de alcance o patrocinadores. En el plano social, la exposición constante a críticas, comentarios hostiles y acoso digital provoca presión social y pérdida de privacidad. Finalmente, en el plano emocional surgen estrés, ansiedad, agotamiento, problemas de sueño y saturación, vinculados a la necesidad de mantener una imagen activa y cifras elevadas de audiencia. Todo ello deriva en afectaciones en la salud mental, consolidando un problema estructural que compromete de manera integral el bienestar de los creadores de contenido.

Figura 2.1

Árbol de Problemas del trabajo de innovación


Estrés y ansiedad por mantener cifras de audiencia.
Problemas de sueño y agotamiento emocional.
Fluctuación en los ingresos debido a la dependencia de visualizaciones y donaciones.
Mayor vulnerabilidad ante la caída del alcance o la pérdida de patrocinadores.
Exposición constante a críticas, comentarios hostiles y acoso en redes.
Saturación emocional por la necesidad de mantener una imagen pública activa.
CONSECUENCIAS SECUNDARIAS
CONSECUENCIAS SECUNDARIAS
CONSECUENCIAS SECUNDARIAS
Afectaciones en la salud mental y emocional
Inestabilidad económica y laboral
Presión social y pérdida de privacidad
CONSECUENCIAS
Problema principal:
Desequilibrio emocional, social y económico generado por la exposición viral en la vida de los creadores de contenido peruanos.
CAUSAS
Crecimiento repentino de la visibilidad y sobrecarga de exposición digital
Dependencia estructural de las plataformas digitales y sus sistemas de distribución
Alta visibilidad en redes y falta de regulación
CAUSAS SECUNDARIAS
CAUSAS SECUNDARIAS
CAUSAS SECUNDARIAS
Cultura de rendimiento constante, donde el valor personal se mide por cifras de seguidores o visualizaciones.
Escasa red de apoyo o acompañamiento profesional.
Cambios constantes en políticas de monetización.
Competencia creciente en el ecosistema digital.
Expectativa de los espectadores de tener acceso continuo a la vida del creador.
Falta de límites entre el espacio privado y el trabajo digital.

2.2 Población beneficiaria

A continuación, se presenta la Figura 2 que describe a los actores que intervienen en el impacto de la viralidad sobre los creadores de contenido y streamers peruanos. En el nivel directo, los creadores se ubican en el centro del análisis porque experimentan de forma inmediata los efectos emocionales y laborales derivados de su exposición digital. Junto a ellos se encuentran la audiencia joven de 18 a 35 años, principal consumidora de contenido, y la comunidad digital peruana, que construye tendencias e influye en las dinámicas culturales del entorno. También forman parte de este nivel las marcas y patrocinadores que buscan conectar con las audiencias mediante los creadores, las familias que se ven afectadas por el bienestar emocional del **streamer (creador de contenido audiovisual que transmite su contenido por internet)** y las plataformas de streaming que determinan las condiciones técnicas y de distribución del contenido.

En el nivel indirecto se ubican actores que influyen de manera más amplia en el ecosistema digital. Entre ellos destacan las entidades gubernamentales, responsables del marco legal, fiscal y de telecomunicaciones que regula la actividad de los creadores. Asimismo, las universidades aportan investigaciones sobre los efectos psicosociales y tributarios de la exposición digital, mientras que las organizaciones de salud mental ofrecen apoyo emocional y talleres que contribuyen al bienestar de la comunidad creadora. En conjunto, estos actores conforman un sistema que explica las relaciones, tensiones y condiciones que rodean el trabajo de los creadores de contenido en el Perú.

Figura 2.2

Mapa de actores del trabajo de innovación

Universidades
Investigación y estudios sobre impacto psicosocial/tributario.
Plataformas de streaming
Vinculación técnica y alcance.
Audiencia joven (16-35 años)
Consumidores de contenido que buscan descubrir creadores afines.
Marcas y patrocinadores
Buscan conexión auténtica con audiencias.
Creadores de contenido / streamers peruanos virales o emergentes
Personas expuestas a viralidad con impacto en salud mental y sostenibilidad laboral.
Comunidad digital peruana
Influenciada por los contenidos y la cultura digital que promueven los creadores.
Familias de creadores
Afectados indirectamente por el bienestar emocional del streamer.
DIRECTO
Entidades gubernamentales
Marco legal, fiscal y de telecomunicaciones.
Organizaciones de salud mental
Soporte emocional y talleres de bienestar digital.
INDIRECTO
INDIRECTO

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General:

Desarrollar un Sitio web para gestionar mediante un método cuantitativo la presión en creadores de contenido peruanos desde el 2026 en adelante.

Objetivos Específicos:

- Diseñar un sistema para gestionar los límites entre la vida digital y la personal.
- Implementar herramientas de monitoreo y sistemas de alerta temprana para el agotamiento emocional.
- Establecer un programa de apoyo psicoemocional y capacitación en bienestar digital.
- Crear un módulo para la interacción ética con las marcas, alineado con la identidad del creador.
- Validar la plataforma mediante pruebas de usabilidad con los creadores de contenido.

2.4 Marco referencial

El entorno digital ha generado un nuevo modelo de trabajo que somete a los **Creadores de Contenido** Peruanos a una intensa **presión digital** y vigilancia pública. Los estudios internacionales y locales confirman un alto índice de **Agotamiento Emocional (Burnout)**, ansiedad, e inestabilidad laboral debido a la exigencia de métricas **(engagement)**, la exposición a comentarios hostiles y la falta de regulación formal en el Perú. Esta problemática multidimensional requiere una solución integral ya que las iniciativas existentes no combinan aspectos cruciales como el apoyo en salud mental, la gestión de límites personales/digitales, el respaldo comunitario y la vinculación ética con marcas.

En esa misma línea, un estudio realizado en China encontró que el 30,6 % de las personas que se dedican a realizar transmisiones en vivo de forma profesional presentan síntomas de agotamiento emocional derivados de largas jornadas, variaciones en sus audiencias y la necesidad constante de mantener interacción (Luo et al., 2024). Esto se complementa con una investigación desarrollada en los Emiratos Árabes Unidos, donde se identificó que quienes pasan más de cinco horas al día en redes sociales experimentan un incremento significativo de emociones negativas, aislamiento social y estrés relacionado con el desempeño digital (Shah et al., 2024). La coincidencia en ambos estudios demuestra que los impactos psicológicos del trabajo digital son un fenómeno global y transversal.

Por otro lado, los riesgos asociados al comportamiento de los usuarios también afectan el bienestar de los creadores. Investigadores alemanes encontraron que plataformas como YouTube exponen a los creadores a altos niveles de lenguaje hostil, comentarios ofensivos y mensajes de odio, lo que deteriora su estabilidad emocional y aumenta la percepción de inseguridad en los entornos digitales (Weißmann et al., 2025). Esta realidad refleja que la presión no solo proviene de las métricas o algoritmos, sino también de la interacción con audiencias que pueden manifestar comportamientos agresivos o discriminatorios.

En el plano ético, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) advirtió que el 62 % de los creadores de contenido no verifica la información antes de compartirla, lo que incrementa el riesgo de difundir información inexacta y afecta su credibilidad (UNESCO citado por El Comercio, 2024). Esta situación genera también consecuencias emocionales, pues quienes cometen errores públicos enfrentan críticas, ataques o pérdida de confianza de su audiencia. La investigación demuestra que la

falta de formación en responsabilidad informativa contribuye a la vulnerabilidad de los creadores en espacios digitales.

A nivel regional, la falta de regulación es otro problema significativo. Una tesis peruana sobre los retos tributarios de los creadores de contenido señala que existe una brecha normativa que impide que desarrollen su trabajo de forma segura y formalizada, lo que genera incertidumbre económica e inestabilidad laboral (Repositorio UPEU, 2024). Esta informalidad aumenta la presión por generar ingresos constantes mediante transmisiones, publicaciones o colaboraciones, lo que intensifica las cargas emocionales y operativas.

En el contexto peruano, la situación se agrava debido al ritmo de crecimiento del consumo digital. En 2024, el uso promedio de internet móvil llegó a 19,24 GB mensuales por usuario, lo que incrementó la producción de contenido, transmisiones en vivo y participación en plataformas (RPP, 2025). Paralelamente, un informe de Mercado Negro (2024) reveló que el 25 % de los creadores de contenido en Perú ha considerado abandonar su actividad debido al agotamiento emocional, y ocho de cada diez ha experimentado episodios de estrés en algún momento de su carrera. Esto confirma que los creadores peruanos forman parte de un grupo especialmente vulnerable y con poco acceso a herramientas de acompañamiento especializado.

Aunque existen iniciativas internacionales orientadas a algunos aspectos del bienestar digital, estas no ofrecen soluciones completas. Por ejemplo, plataformas como Kajabi han desarrollado funciones de organización del tiempo, y Creator Health ha implementado sistemas de alerta para prevenir la saturación emocional; sin embargo, dichas iniciativas no integran salud emocional, autorregulación del tiempo digital, comunidad de apoyo y vinculación ética con marcas. Al no existir una solución integral en el país, se evidencia la

necesidad de una plataforma fortalecida que permita abordar simultáneamente los factores laborales, emocionales, sociales y éticos que afectan a los creadores de contenido peruanos.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

A continuación, se presenta la Figura 3 que describe el perfil del usuario objetivo representado por Nicolás Pérez Valenzuela, un creador de contenido peruano que enfrenta tensiones entre el crecimiento digital y su bienestar emocional. Se caracteriza por haber iniciado su trayectoria de manera autodidacta, logrando visibilidad en TikTok y Twitch a partir de contenido de videojuegos y conversaciones en vivo. Aunque disfruta interactuar con su comunidad, la presión por cumplir con **métricas (datos o medidas)** de monetización y mantener relevancia le ha generado agotamiento y dificultades para equilibrar su vida personal. Sus principales motivaciones incluyen convertir su pasión por el streaming en una fuente de ingresos sostenible, consolidar una comunidad leal, colaborar con marcas alineadas a su estilo y demostrar que es posible desarrollarse en el entorno digital sin comprometer la salud mental. Entre sus intereses destacan los videojuegos, la cultura digital, la tecnología de streaming y la participación en espacios que aborden el bienestar emocional y la prevención del burnout.

La figura también identifica sus necesidades y frustraciones, que reflejan las demandas actuales del ecosistema de creadores jóvenes. Requiere herramientas para mantener estabilidad emocional, orientación profesional, capacitación en gestión de marca personal, apoyo psicológico y estrategias que le permitan equilibrar productividad y descanso. Asimismo, busca alianzas éticas con marcas y estabilidad financiera en un entorno laboral inestable. Sus principales frustraciones surgen de la presión por mantenerse vigente, la pérdida de motivación asociada al agotamiento, la ausencia de reconocimiento laboral

formal, la inseguridad económica y la dificultad para desconectarse del entorno digital. En conjunto este perfil evidencia los desafíos estructurales que enfrentan los creadores de contenido emergentes en el Perú y la necesidad de propuestas que respondan a sus condiciones emocionales, profesionales y sociales.

Figura 2.3

Arquetipo de usuario del trabajo de innovación



Nicolas Perez Valenzuela

Nicolás Perez tiene 25 años y es streamer de videojuegos y Just Chatting. Comenzó transmitiendo desde su habitación en Arequipa y, tras algunos clips virales, logró crecer en TikTok y Twitch. Sin embargo, la presión por mantener audiencia y cumplir con las reglas de monetización lo ha llevado a descuidar su salud mental. Disfruta entretener y conectar con su comunidad, pero siente que su vida gira completamente en torno a las redes. Busca equilibrio entre su pasión y su bienestar personal.

Edad: 23 años

Profesión: Creador de contenido (lifestyle y cultura peruana)

Sexo: Masculino

Ubicación: Lima, Perú

Plataformas principales: TikTok, Instagram y YouTube

Motivaciones

- Convertir su pasión por el streaming en una fuente de ingresos estable.
- Ser reconocido por su autenticidad y sentido del humor.
- Formar una comunidad leal que lo acompañe más allá de las tendencias.
- Colaborar con marcas tecnológicas y gaming que lo representen.
- Demostrar que se puede triunfar en redes sin perder la salud mental.

Intereses

- Videojuegos (FIFA, Valorant, Just Chatting).
- Tecnología y equipos de streaming (micrófonos, cámaras, luces).
- Cultura digital, memes y tendencias virales.
- Charlas sobre bienestar emocional y burnout.
- Conectar con otros creadores jóvenes peruanos.

Marcas favoritas

- Razer, Logitech o HyperX (por periféricos y accesorios de gaming).
- TikTok y Twitch (sus principales plataformas de difusión).
- Red Bull o Monster (asociadas al rendimiento y energía).
- Spotify (para acompañar sus transmisiones).
- Nike o Adidas (por su estética urbana y juvenil).

Necesidades

- Estabilidad emocional y herramientas para evitar el agotamiento.
- Capacitación en gestión de marca personal y finanzas digitales.
- Acceso a apoyo psicológico y orientación profesional.
- Alianzas éticas con marcas que respeten su estilo.
- Estrategias para equilibrar descanso y productividad.

Frustraciones

- Presión por mantenerse relevante y cumplir con métricas de monetización.
- Sentimiento de agotamiento y pérdida de motivación.
- Falta de regulación o reconocimiento laboral como streamer.
- Inseguridad económica por la inestabilidad de los ingresos.
- Dificultad para desconectarse del entorno digital y descansar.

A continuación, se presenta la Figura 4 que sintetiza el mapa de empatía del creador de contenido analizado, destacando sus percepciones internas y el entorno que influye en su comportamiento. En el plano emocional, experimenta miedo a desaparecer o ser olvidado, ansiedad por las métricas y comparaciones, y un fuerte deseo de validación. También duda si el esfuerzo invertido realmente vale la pena. Su entorno inmediato refuerza estas tensiones mediante comentarios positivos y negativos de la audiencia, críticas y dinámicas propias de la cultura de la cancelación, además de la presión de amigos y familiares para aprovechar su visibilidad. Asimismo, recibe mensajes relacionados con las expectativas del algoritmo o de las marcas respecto a la frecuencia de publicación.

En el plano externo, observa una comunidad digital altamente competitiva, casos de éxito de otros influencers que han logrado estabilidad económica, tendencias y métricas que se convierten en referentes de rendimiento, así como marcas interesadas en colaborar con creadores populares. Estas influencias moldean sus acciones, llevándolo a mostrarse activo, entusiasta y productivo, hablar sobre la necesidad de mantenerse relevante, publicar contenido de manera constante incluso sacrificando descanso y evitar mostrar vulnerabilidad o signos de cansancio. En conjunto, la figura permite comprender cómo las presiones internas y externas configuran su comportamiento y consolidan un contexto que dificulta el equilibrio entre productividad y bienestar.

Figura 2.4

Mapa de empatía del trabajo de innovación


¿Qué piensa y siente?
• Miedo a desaparecer o ser olvidado.
• Ansiedad por las métricas y comparaciones.
• Deseo de validación y reconocimiento.
• Duda si el esfuerzo que invierte realmente vale la pena.
¿Qué oye?
• Comentarios positivos y negativos de sus seguidores.
• Críticas, comparaciones y cultura de la cancelación.
• Consejos o presión de amigos y familiares para "aprovechar su fama".
• Expectativas del algoritmo o de las marcas sobre su frecuencia de publicación.
¿Qué ve?
• Una comunidad digital saturada donde la competencia por la atención es constante.
• Casos de éxito de otros influencers que viven de su contenido.
• Tendencias y métricas de rendimiento (likes, vistas, seguidores).
• Marcas que buscan colaboraciones con creadores populares.
¿Qué dice y hace?
• Se muestra activo, entusiasta y productivo en redes.
• Habla sobre el esfuerzo que implica "mantenerse relevante".
• Publica contenido constante, incluso sacrificando descanso.
• Evita mostrar vulnerabilidad o cansancio.

A continuación, se presenta la Figura 5 que describen los Insights de Nicolás, quien manifiesta una sensación persistente de agotamiento y pérdida de motivación, agravada por las presiones de su entorno cercano que lo instan a explotar al máximo su popularidad. Esta dinámica refuerza un ciclo de autoexigencia que impacta negativamente en su salud mental, evidenciando la necesidad de disponer de herramientas concretas para gestionar la fatiga asociada al entorno digital y establecer límites claros entre su vida pública y privada.

El creador percibe que sus actividades profesionales en el ámbito digital están afectando de forma perjudicial a su esfera personal, lo que refleja una frontera difusa entre su identidad laboral y privada. Esta situación incrementa su vulnerabilidad al estrés y al desgaste emocional, generando la necesidad de implementar mecanismos de autorregulación que le permitan equilibrar el descanso y la productividad sin comprometer su desarrollo profesional, en línea con una visión sostenible del trabajo en el ecosistema digital basada en ritmos de trabajo racionales y no en la mera producción constante.

Figura 2.5

Insights del trabajo de innovación

INSIGHTS

Nicolás expresa que siente una sensación de agotamiento y pérdida de emociones constante amplificada por la presión de sus amigos y familia y le gustaría una herramienta para poder controlar ello

Nicolás expresa una sensación constante de agotamiento y pérdida de motivación, agravada por las expectativas y comentarios de su círculo cercano, quienes le presionan para que "aproveche al máximo su fama". Esta dinámica refuerza un ciclo de autoexigencia que afecta su salud mental, evidenciando la necesidad de contar con herramientas específicas para gestionar la fatiga digital y establecer límites saludables entre su vida pública y privada.

Siente que las accciones que está realizando en el trabajo pueden afectar en su vida personal porque estas pueden afectar de forma negativa en su vida privada, busca algo que lo pueda limitar

El creador percibe que sus acciones en el ámbito digital, como la sobrexposición y la constante interacción en redes, están afectando de manera negativa su vida privada. Esta percepción refleja una frontera desdibujada entre su identidad profesional y personal, lo que aumenta su vulnerabilidad ante el estrés y el desgaste emocional. Surge así la necesidad de implementar mecanismos que le permitan autorregular su actividad en línea y proteger su espacio personal.

Nicolás busca activamente estrategias que le permitan equilibrar el descanso y la productividad sin comprometer su crecimiento como creador de contenido.

Esta necesidad surge de su experiencia diaria navegando entre la presión por mantener engagement constante y el reconocimiento de que su agotamiento está afectando tanto la calidad de sus contenidos como su bienestar personal. Nicolás representa a una nueva generación de creadores que ha comprendido que la sostenibilidad en el ecosistema digital no depende únicamente de la producción constante, sino de la capacidad de establecer ritmos de trabajo inteligentes.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad de Mercado

- Crecimiento del consumo digital en Perú: El uso promedio de internet móvil alcanzó los 19,24 GB por usuario en el cuarto trimestre de 2024 (+11,34 % vs. 2023), lo que facilitó el crecimiento del streaming y la creación de contenido (RPP, 2025).
- Alta demanda de contenido cultural y gastronómico: El 46 % del contenido más consumido en Perú es sobre gastronomía, y el 44 % sobre cultura (Infobae, 2024).
- Brecha en el bienestar digital: El 25 % de los creadores de contenido considera abandonar las redes sociales debido al agotamiento emocional (Mercado Negro, 2024). No existen plataformas integrales que combinen la gestión de contenido, el bienestar digital y la interacción ética con la marca.

Competencia

Actualmente, no existe una competencia directa en Perú que ofrezca una solución digital integral para el bienestar de los creadores de contenido, abarcando simultáneamente salud mental, gestión de límites personales/digitales, apoyo comunitario y conexión ética con marcas. Solo se han identificado iniciativas internacionales que cubren aspectos parciales del bienestar digital. Tales como:

- **Kajabi (2023):** Una plataforma todo en uno para creadores y emprendedores que desean fabricar un negocio digital vendiendo contenido en línea.
- **Create Health (2024):** Servicio que ayuda a mejorar tu marca personal conectándote con marcas que compartan tu visión en el ámbito de la salud.

- **Plataformas de monetización (TikTok, YouTube):** Ofrecen ingresos, pero exigen alta productividad y constancia.

Barreras de Entrada

- Falta de regulación y formalización del trabajo de los creadores de contenido.
- Desconfianza en las nuevas plataformas en un mercado digital saturado.

- Recursos limitados para el desarrollo tecnológico y el marketing.
- Resistencia cultural: valorar el éxito basándose en las métricas de audiencia frente al bienestar.

Mercado Objetivo

Principal:

Los creadores de contenido peruanos, entre los que se incluyen influencers, streamers y youtubers, conforman un grupo compuesto principalmente por jóvenes y adultos jóvenes de entre 18 y 35 años, un rango etario que destaca por su alta actividad digital y su participación constante en plataformas de entretenimiento e interacción en línea.

Secundario:

Las agencias de marketing, las marcas, las organizaciones dedicadas a la salud mental y las familias de los creadores conforman un conjunto de actores clave que influyen en el entorno y bienestar de quienes producen contenido digital, ya sea desde el ámbito profesional, institucional o emocional.

Demanda Potencial

Según el estudio “1000 Peruanos Dicen” (OMG Perú, 2024), cuatro de cada diez peruanos consumen contenido gastronómico y cultural, lo que evidencia un interés creciente por este tipo de propuestas. En paralelo, se estima que ocho de cada diez influencers han experimentado sensación de abrumación en algún momento de su carrera (Mercado Negro, 2024), mostrando la presión constante que implica la creación de contenido. De manera

complementaria, investigaciones recientes advierten un aumento de streamers dedicados a tiempo completo que presentan síntomas de agotamiento o burnout, alcanzando un 30,6% de los casos analizados (Luo et al., 2024).

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

A continuación, se presenta la Figura 6 que describe las propuestas metodológicas derivadas de la aplicación de la técnica SCAMPER. Los planteamientos se orientan hacia la sustitución de herramientas de planificación manuales por un sistema integrado e inteligente, que reemplace las métricas de éxito tradicionales por indicadores de bienestar y equilibrio personal. Esta propuesta sugiere combinar en una única plataforma un planificador de contenido, un monitor de salud digital y acceso a especialistas, incluso integrando en las transmisiones en vivo recordatorios de pausas activas. Asimismo, plantea adaptar métodos como la técnica Pomodoro y principios terapéuticos breves al flujo de trabajo de los creadores de contenido.

Desde una perspectiva transformadora, se propone modificar radicalmente la concepción del descanso, pasando de considerarlo un tiempo perdido a un componente esencial del trabajo, y ajustar la plataforma para que muestre de manera prioritaria el estado de bienestar del usuario. Se explora extender el uso de la herramienta a otros trabajadores digitales y eliminar funcionalidades que promueven la disponibilidad constante y la comparación social. Finalmente, se recuerda la importancia de reestructurar el orden de las prioridades, colocando el autocuidado como fundamento previo a la producción de contenido para garantizar un desarrollo profesional sostenible.

Figura 2.6

Scamper del trabajo de innovación

S: ¿Qué podemos sustituir para...?

- Cambiar la gestión manual del tiempo por un sistema inteligente que incluya periodos de descanso automáticos
- Reemplazar las medidas de éxito tradicionales por indicadores de bienestar digital y equilibrio personal

C: ¿Qué pasaría si combinamos...?

- Unir en una sola plataforma: planificador de contenido, monitor de salud digital y acceso a especialistas
- Integrar las transmisiones en vivo con recordatorios de pausas y ejercicios de relajación

A: ¿Cómo podemos adaptar...?

- Aplicar métodos de organización del tiempo como la técnica Pomodoro al trabajo de creadores de contenido
- Adaptar principios de terapia psicológica en sesiones breves dentro de la plataforma

M: ¿Qué podemos modificar...?

- Transformar cómo se ve el descanso: de "tiempo perdido" a "parte esencial del trabajo"
- Cambiar la plataforma para mostrar primero el estado de bienestar antes que las estadísticas de audiencia

P: ¿Qué otros usos se pueden dar...?

- Utilizar la información de la plataforma para estudios sobre salud mental de creadores
- Extender el servicio a otros trabajadores digitales como gestores de comunidades y diseñadores

E: ¿Qué podemos eliminar...?

- Quitar la expectativa de estar siempre disponible mediante funciones de desconexión automática
- Eliminar la comparación con otros creadores mediante un enfoque en el crecimiento personal

R: ¿Qué podemos reordenar...?

- Cambiar el orden de prioridades: primero el bienestar, después los resultados
- Reestructurar el flujo de trabajo: comenzar con planes de autocuidado antes de la producción de contenido

A continuación, se presenta la Figura 7 que describe la ruta conceptual de la página web "Foco Interno". Esta se clasifica como una innovación tecnológica con un enfoque integral en la salud mental y la sostenibilidad digital, dirigida específicamente a creadores de contenido peruanos. Esta plataforma opera dentro del ecosistema digital local, caracterizado por un intenso crecimiento del streaming y la viralidad, lo cual genera una mayor exposición mediática y estrés emocional para sus usuarios principales: influencers, streamers y productores digitales. Se diferencia de otras soluciones genéricas de productividad o bienestar por su diseño contextualizado, que combina tecnología especializada, análisis de datos emocionales y acompañamiento profesional humano, todo ello adaptado a las dinámicas laborales únicas de este gremio.

Descrita como una herramienta de gestión emocional, la plataforma ofrece características distintivas como un panel de bienestar digital, un sistema de alertas preventivas con recomendaciones automáticas, recordatorios estructurados de descanso, métricas personalizadas de bienestar y la provisión de un espacio comunitario seguro. Su objetivo último se orienta hacia la transformación de la relación entre la viralidad y el bienestar personal, buscando reducir sistemáticamente los impactos emocionales negativos derivados de la exposición digital, fomentar hábitos de autocuidado y, en consecuencia, promover una nueva cultura de trabajo saludable en el entorno de los medios digitales.

Figura 2.7

Ruta para conceptualizar del trabajo de innovación

5

Redacta el concepto (Síntesis en un párrafo)

- "Foco Interno": Es una plataforma digital diseñada para abordar a creadores de contenido peruanos en la gestión de su salud mental, el manejo del agotamiento emocional y la autorregulación del tiempo online mediante herramientas tecnológicas, asesoría profesional y educación digital, busca transformar la relación entre la viralidad y el bienestar, promoviendo una nueva cultura de trabajo saludable en el entorno de los medios digitales.

4

Contextualiza (En qué contexto trabaja, quiénes lo usan)

- Opera en el ecosistema digital peruano, donde el crecimiento del streaming y la viralidad ha incrementado la exposición mediática y el estrés emocional de los creadores. Los usuarios principales son influencers, streamers y productores digitales que buscan equilibrio entre su vida profesional y personal. También puede ser utilizada por agencias, psicólogos digitales y marcas comprometidas con la salud mental de sus colaboradores creativos.

3

Diferencial (¿Por qué es único?)

- A diferencia de otras aplicaciones de productividad o bienestar genéricas, la web está específicamente diseñada para el contexto peruano y para las dinámicas laborales de los creadores de contenido. Combina tecnología, acompañamiento humano y análisis de datos sobre salud emocional, adaptándose al ritmo y realidad de los streamers locales.

2

Descríbelo (Características, atributos, beneficios)

- Panel de bienestar digital, sistema de alertas preventivas y recomendaciones automáticas; que ofrece recordatorios de descanso, métricas de bienestar y espacios de comunidad segura entre creadores.
- Busca reducir el impacto emocional negativo de la exposición digital y fomentar hábitos de autocuidado.

1

Clasifícalo (Categoría)

- Tipo de propuesta: Plataforma digital de gestión emocional para creadores de contenido peruanos.
- Categoría: Innovación tecnológica con enfoque en salud mental y sostenibilidad digital.



A continuación, se presenta la Figura 8 que describe la propuesta de valor de "Foco Interno", un ecosistema diseñado para que creadores de contenido transformen su bienestar personal en el fundamento de su éxito profesional. La propuesta de valor se materializa a través de herramientas concretas que actúan como creadores de beneficio, tales como un sistema de recomendación basado en la autenticidad, sesiones de acompañamiento emocional grupal, un filtro de compatibilidad con marcas y un planificador inteligente de descanso, destinadas a generar beneficios como el reconocimiento auténtico, la estabilidad económica y emocional, colaboraciones alineadas con la identidad del creador, y la posibilidad de reconectar con la vida fuera de las pantallas.

Simultáneamente, la plataforma opera como un paliativo de frustraciones, directamente enfrentando los problemas observados mediante un monitor de bienestar con alertas de agotamiento, guías para manejar expectativas del entorno familiar, un programador de bloqueo automático de notificaciones y un asesor financiero digital. Estas funciones buscan mitigar las principales frustraciones identificadas, como el agotamiento constante, la presión social, la dificultad para desconectarse y la inestabilidad en los ingresos, con el objetivo último de facilitar los trabajos pendientes del usuario: mantener el compromiso de su audiencia sin sacrificar su salud mental, lograr un equilibrio sostenible entre su vida personal y profesional, establecer colaboraciones comerciales éticas y gestionar eficazmente el desgaste emocional y la presión externa.

Figura 2.8

Propuesta de valor del trabajo de innovación

SE DISEÑA

PROPUESTA DE VALOR

Plataforma "Foco Interno":
Un ecosistema integral que permite a creadores de contenido como Nicolás convertir el bienestar personal en el fundamento de su crecimiento profesional, mediante herramientas de autorregulación, conexiones éticas con marcas y acompañamiento psicoemocional especializado.

CREADOR DE BENEFICIO

- Sistema de recomendación por autenticidad.
- Sesiones de acompañamiento emocional grupal.
- Filtro de compatibilidad con marcas.
- Planificador inteligente de descansos.

PALIATIVO DE FRUSTRACIONES

- Monitor de bienestar con alertas de agotamiento.
- Guías prácticas para manejar expectativas familiares.
- Programador de bloqueo automático de notificaciones.
- Asesor financiero digital para creadores.

SE OBSERVA

BENEFICIOS

- Reconocimiento auténtico y comunidad leal.
- Estabilidad económica y emocional.
- Colaboraciones con marcas alineadas a su identidad.
- Tiempo para reconectar con su vida fuera de pantallas.

TRABAJOS POR HACER

- Mantener engagement sin sacrificar salud mental.
- Equilibrar vida personal y profesional.
- Encontrar colaboraciones con marcas que respeten su autenticidad.
- Gestionar el agotamiento emocional y presión social.

FRUSTRACIONES

- Agotamiento constante y pérdida de motivación.
- Presión familiar y social por “aprovechar la fama”.
- Dificultad para desconectarse y establecer límites.
- Ingresos inestables y falta de preparación financiera.

2.5.4 Diseño de producto y servicio

1. Identidad visual y experiencia de usuario

La estética de la aplicación se basa en una paleta de colores inspirada en tonos amarillos y oscuros, elegidos para transmitir equilibrio, positividad y frescura. La gama de colores es la siguiente:

Colores de Marca (Amarillo/Dorado)

- **#F8C61E -** Amarillo principal (botones, acentos, títulos)
- **#FFDB58 -** Amarillo claro (gradientes, sombras)

Fondos Oscuros

- **#252C37 -** Azul oscuro principal (fondo base)
- **#3a3f48 -** Gris azulado (gradientes de fondo)
- **#4a4f58 -** Gris más claro (acentos de fondo)

Grises y Neutros

- **#a0aec0 -** Gris medio (textos secundarios)
- **#e2e8f0 -** Gris muy claro (textos principales)
- **#ffffff -** Blanco (textos destacados)
- **#1a202c -** Casi negro (textos importantes)

Colores de Estado

- **#48bb78 -** Verde (éxito, indicadores positivos)
- **#68d391 -** Verde claro (gradientes de éxito)
- **#FFA726 -** Naranja (advertencias)

- **#FF7043 -** Naranja rojizo (advertencias críticas)
- **#EF5350 -** Rojo (alertas, errores)
- **#E53935 -** Rojo oscuro (crítico)

Colores Especiales

- **#667eea -** Púrpura (logos de marcas)
- **#764ba2 -** Púrpura oscuro (gradientes)

2. Bienestar digital

Funcionalidades Centrales de Bienestar (Núcleo de la Experiencia)

- **Panel de Bienestar Digital:** Un tablero principal que muestra de forma transparente el **tiempo de conexión**, el **número de transmisiones**, los **descansos recomendados** y los **estados emocionales autopercibidos**.
- **Sistema de Alertas Preventivas:** El usuario recibirá **alertas automáticas** y recomendaciones basadas en sus patrones de uso (como uso excesivo o irregularidades en el descanso) para promover **descansos activos, desconexión temporal y autocuidado**. (La web guarda el correo del usuario y, cuando ocurre un recordatorio, un sistema de emails envía automáticamente el aviso).
- **Autorregulación:** La plataforma ofrece herramientas para facilitar la gestión de límites entre la vida digital y la personal, como un **programador de bloqueo automático de notificaciones** y un **planificador inteligente de descanso**.

Conexión Comunitaria

- **Espacio de Comunidad:** Para reducir el aislamiento digital, el usuario tendrá acceso a un **foro privado y moderado** que fomentará la colaboración y las conexiones

auténticas entre pares, permitiendo compartir experiencias y estrategias de afrontamiento.

Soporte Profesional

- **Módulo de Conexión con Marcas:** Un filtro de compatibilidad ayudará al creador a conectarse con **marcas y proyectos alineados con sus valores personales**, promoviendo colaboraciones éticas y reduciendo la presión financiera por métodos de monetización inestables.
- **Acompañamiento:** Tendrá acceso a **sesiones con psicólogos.**

Estas funciones contribuyen directamente al ODS 3 (Salud y Bienestar) al promover hábitos digitales sostenibles.

3. Espacio de comunidad

Para reducir la sensación de aislamiento digital, la aplicación contará con un foro privado y moderado donde los creadores podrán compartir experiencias, preguntas y estrategias de afrontamiento. Este espacio fomentará la colaboración entre pares, generando conexiones auténticas y constructivas entre los diversos creadores de contenido.

4. Módulo de conexión con marcas

Se propone un módulo para conectar a creadores con marcas y proyectos alineados con sus valores personales. Esta sección busca promover colaboraciones sostenibles y responsables, reduciendo la presión financiera derivada de la dependencia exclusiva de algoritmos o métodos de monetización inestables.

2.5.5 Modelo de negocio

A continuación, se presenta la Figura 9 que describe el Modelo de Negocio de la plataforma "Foco Interno", estructurado en nueve componentes esenciales. La propuesta de valor central es ofrecer una herramienta digital integral que ayude a creadores de contenido peruanos a gestionar su bienestar emocional y desarrollar carreras sostenibles a través de autorregulación, conexiones con marcas éticas y acompañamiento psicoemocional. Este servicio se dirige a un segmento de clientes principal de creadores de entre 18 y 35 años que enfrentan agotamiento y presión, considerando también a marcas y agencias como segmentos secundarios. La relación se establece mediante asesoramiento continuo, una comunidad de apoyo, contenido educativo y programas de fidelización, distribuidos a través de canales digitales (plataforma web, app, redes sociales), alianzas, eventos y referencias.

Para su funcionamiento, el modelo se apoya en actividades clave como el desarrollo de la plataforma, la gestión de la comunidad, la curación de marcas aliadas y el análisis de métricas. Estas actividades dependen de recursos clave: la plataforma tecnológica, un equipo multidisciplinario, bases de datos de creadores y marcas, contenido educativo y alianzas estratégicas. Los aliados clave, como psicólogos especializados, universidades, plataformas de streaming y asociaciones de creadores, son fundamentales para el soporte profesional, la investigación, la integración técnica y la validación. La estructura de costos se compone principalmente del desarrollo de la plataforma (40%), los sueldos del equipo (30%), el marketing (15%), los servicios profesionales (10%) y los gastos operativos (5%). Finalmente, el flujo de ingresos se genera a través de una suscripción mensual premium, una comisión por colaboraciones con marcas, publicidad ética segmentada, la venta de talleres especializados y servicios de consultoría para marcas.

Figura 2.9

Modelo de negocio del trabajo de innovación

Aliados Clave

- Psicólogos especializados: Brindan soporte profesional a costos reducidos
- Universidades: Investigación conjunta y acceso a talento joven
- Plataformas de streaming: Integraciones técnicas y promoción cruzada
- Asociaciones de creadores: Validación y difusión entre su base de socios
- Empresas de tecnología: Equipos y software a precios preferenciales

Actividades Clave

- Desarrollo y mejora continua de la plataforma
- Gestión de la comunidad de creadores
- Curación y verificación de marcas aliadas
- Creación de contenido sobre bienestar digital
- Monitoreo y análisis de métricas de impacto

Recursos Clave

- Plataforma tecnológica escalable
- Equipo multidisciplinario (psicólogos, desarrolladores, community managers)
- Base de datos de creadores y marcas
- Contenido educativo y herramientas digitales
- Alianzas estratégicas con instituciones

Propuesta de Valor

Plataforma digital integral que ayuda a creadores de contenido peruanos a gestionar su bienestar emocional mientras desarrollan carreras sostenibles, mediante herramientas de autorregulación, conexión con marcas éticas y acompañamiento psicoemocional.

Relación con Clientes

- Asesoramiento personalizado continuo
- Comunidad privada de apoyo entre creadores
- Soporte prioritario por canales digitales
- Contenido educativo sobre bienestar digital
- Programas de fidelización y recompensas

Canales

- Plataforma web y aplicación móvil
- Redes sociales (TikTok, Instagram, YouTube)
- Alianzas con comunidades de creadores
- Eventos y talleres presenciales y virtuales
- Referencias de usuarios satisfechos

Segmento de Clientes

- Nos dirigimos a: Creadores de contenido peruanos de 18-35 años con problemas de agotamiento emocional y presión.
- Segmentos considerados: Marcas locales e internacionales, Agencias de marketing y productoras digitales.

Estructura de Costos

- Desarrollo y mantenimiento de plataforma: 40%
- Sueldos del equipo permanente: 30%
- Marketing y adquisición de usuarios: 15%
- Servicios profesionales (psicólogos, abogados): 10%
- Gastos operativos y administrativos: 5%

Flujo de ingresos

- -Suscripción mensual premium: 28 soles/creador
- -Comisión del 5% por colaboraciones con marcas
- -Publicidad de marcas en la plataforma

2.5.6 Resultados esperados

Tras la implementación de la plataforma "Foco Interno", se proyecta un impacto transformador en el ecosistema digital peruano, donde los usuarios pueden desarrollar sus carreras como creadores de contenido sin comprometer su bienestar emocional. La plataforma busca redefinir el concepto de éxito digital, priorizando el equilibrio entre visibilidad y salud mental mediante herramientas concretas de autorregulación, conexiones éticas con marcas y apoyo psicoemocional especializado.

El proyecto busca lograr una reducción del 40 % en los casos de agotamiento emocional entre los creadores de contenido, evaluado mediante encuestas validadas de bienestar digital, al mismo tiempo que promueve un incremento del 30 % en las colaboraciones auténticas con marcas gracias a un sistema de emparejamiento basado en valores e identidad. Asimismo, aspira a consolidar una comunidad integrada por más de 500 creadores que participen activamente en programas de formación y apoyo mutuo, además de obtener reconocimiento por parte de entidades como el Ministerio de Cultura y asociaciones de comunicación, posicionándose como un referente en salud digital.

Diversificación de ingresos, con al menos el 25 % de los usuarios implementando múltiples fuentes de ingresos estables. Con estos resultados, “Foco Interno” se posicionará como la solución integral a los desafíos únicos que enfrentan los creadores peruanos, demostrando que una carrera digital exitosa es compatible con una vida personal plena.

2.5.7 Prototipos Desarrollados

A continuación, se presenta la Figura 10 que describe el moodboard visual y la paleta cromática propuesta para la plataforma "Foco Interno". La estética general se define por una

atmósfera serena y digitalmente pulcra, que busca transmitir calma, claridad y enfoques. La paleta se compone de una base de grises neutros y amarillos calidos que evocan profesionalidad y calidez que simbolizan el equilibrio y el bienestar, y un naranja suave que aporta calidez humana y energía sutil. La tipografía combina una sans-serif limpia y geométrica para una legibilidad óptima en interfaz, con detalles en una fuente serif moderna para títulos, reforzando un carácter a la vez accesible y especializado, mientras que el uso generoso de espacios en blanco y elementos visuales orgánicos, como trazos a mano alzada sutilmente integrados, busca crear una sensación de espacio personal, acogedor y libre de agobio visual para el usuario.

Figura 2.10

Sketch del trabajo de innovación


#F8C61E
SUNBURST
yellow
canary
gold
daffodil
flaxen
butter
lemon
mustard
corn
medallion
dandelion
fire
bumblebee
banana
butterscotch
dijon
honey
blonde
pineapp
Helvetica
TIMES NEW ROMAN
COURIER
TREBUEET MS}
MIDNIGHT
#252C37
Keep your mind
Healthy
Self Care Activity
Explore new activities
Multiplied incomes
Quick start
Great service
easytaxi

A continuación, se presenta la Figura 11 que describe el prototipo de baja fidelidad de la interfaz principal de la plataforma "Foco Interno". El diseño se estructura en una composición sencilla y esquemática, delineada exclusivamente en blanco y negro, con el propósito de definir la arquitectura de información y el flujo de usuario sin distracciones estéticas. La pantalla principal organiza los elementos funcionales clave en bloques rectangulares claramente delimitados, que representan desde la barra de navegación superior, un panel central de bienestar con métricas básicas, hasta secciones modulares para el planificador de contenido, el monitor de descanso y el acceso a la comunidad. Esta disposición prioriza la claridad y la usabilidad, estableciendo una jerarquía visual intuitiva que guía al creador desde el primer vistazo hacia las herramientas centrales de autorregulación y gestión emocional.

Figura 2.11

Prototipo de Baja Fidelidad del trabajo de innovación

Bienestar Integral para Creadores

Cuidando la salud mental de los creadores de contenido peruanos

Comenzar Monitoreo



Monitoreo Digital
Estadísticas de tiempo conectado, pausas y señales de agotamiento en tiempo real.



Alertas Inteligentes
Sistema que notifica cuando sobrepasas límites saludables de conexión y estrés.

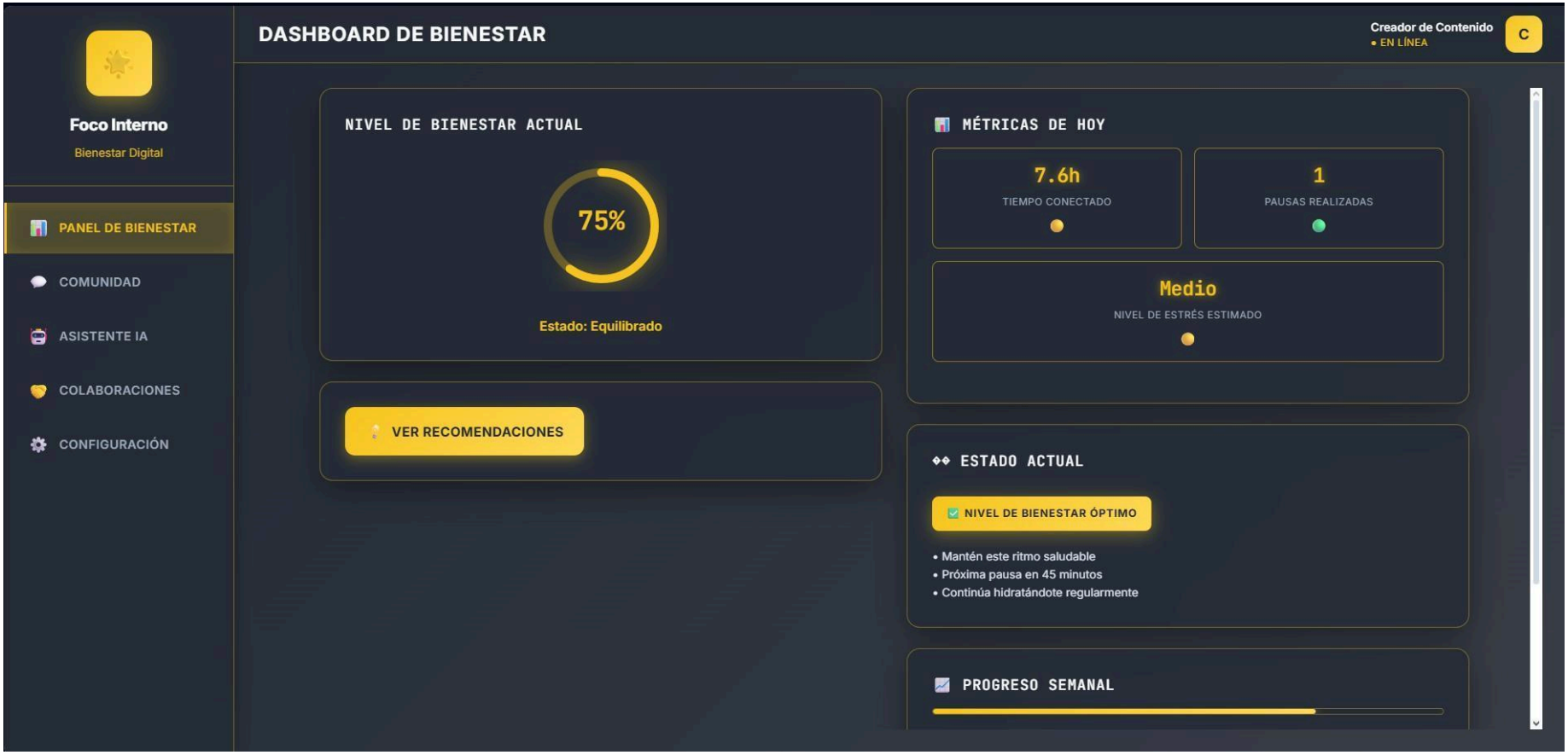


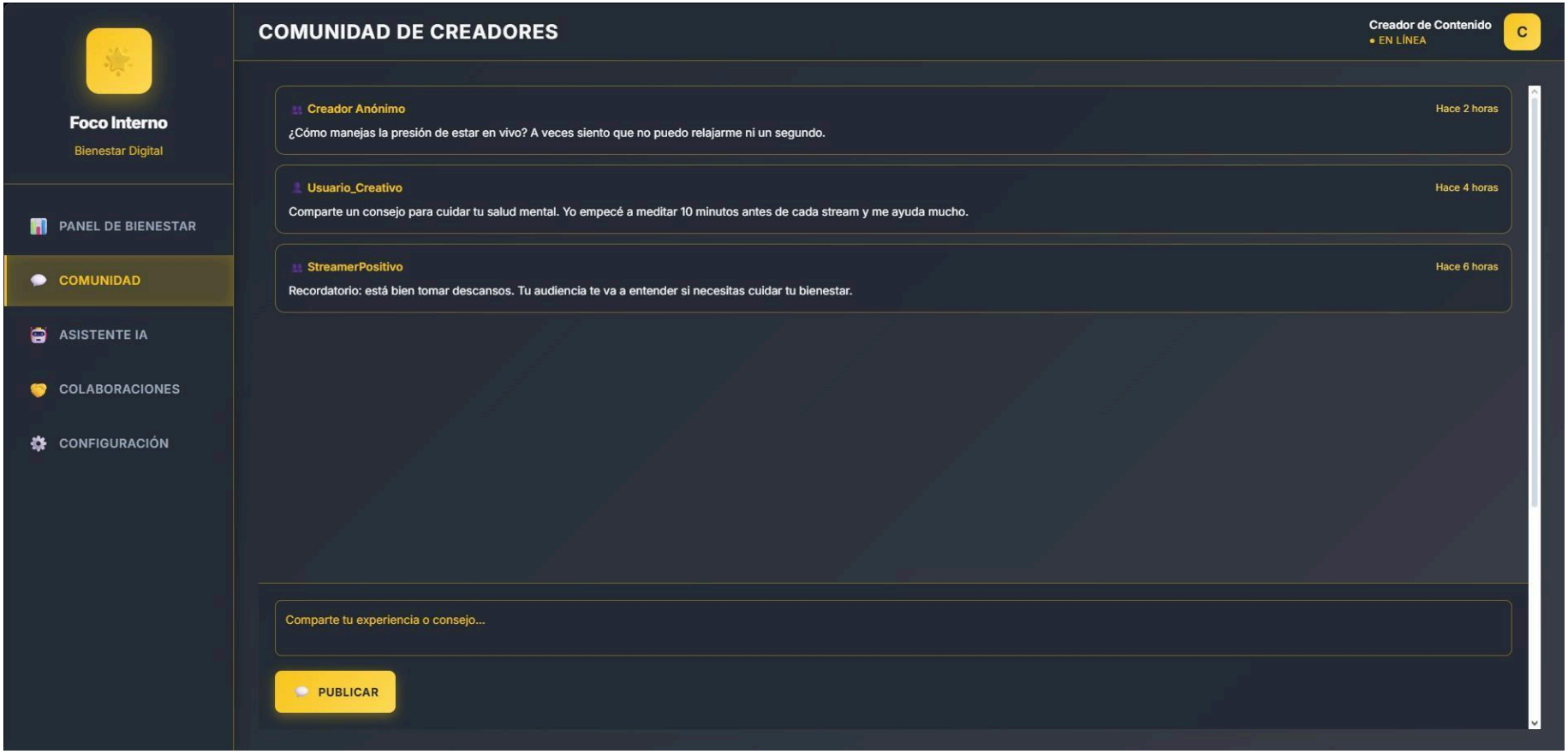
Bienestar Emocional
Recursos psicoeducativos, ejercicios de respiración y contacto con especialistas.

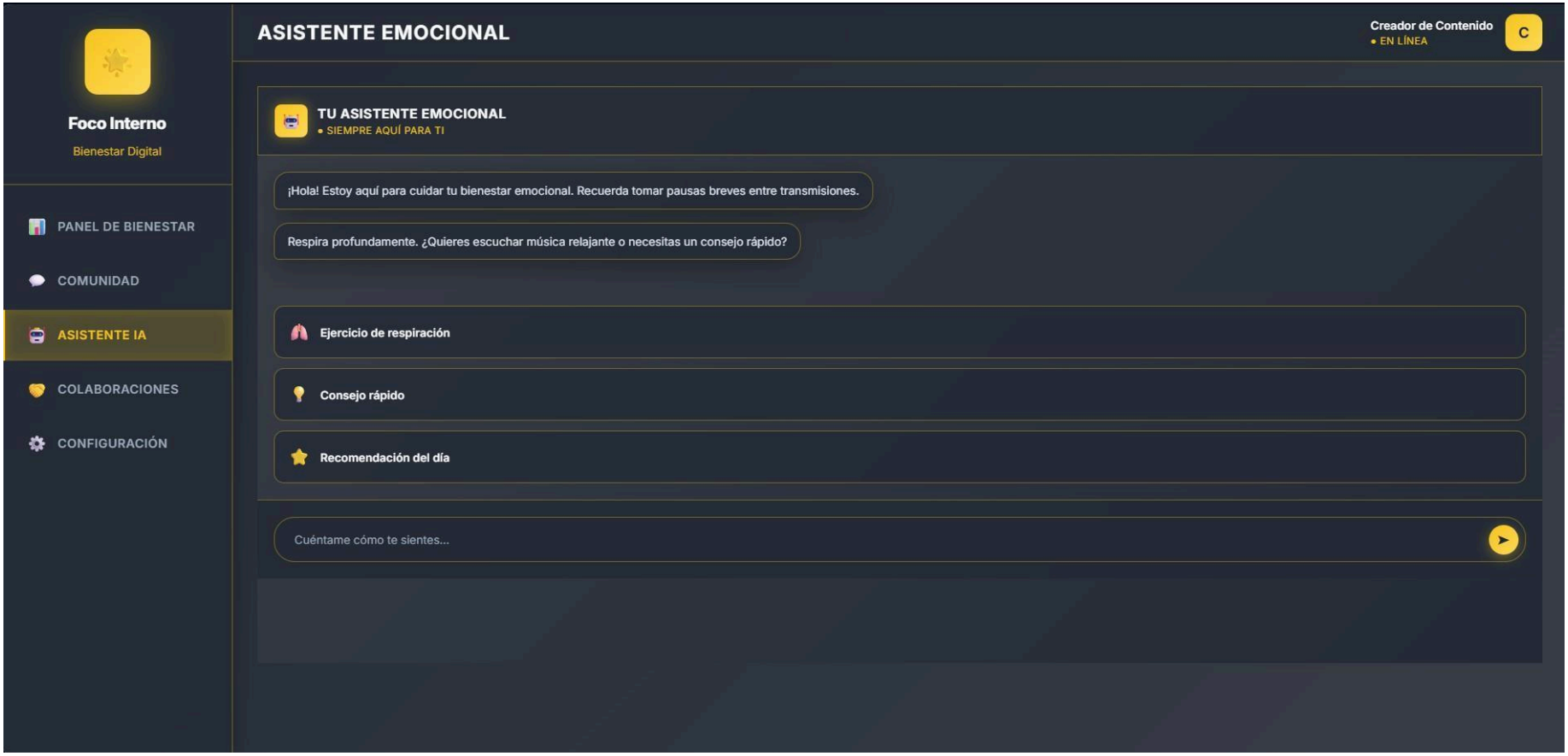
A continuación, se presenta la Figura 12 que describe el prototipo de alta definición de la plataforma "Foco Interno". El diseño implementa una estética digital moderna y enfocada, basada en una paleta cromática contundente que combina un negro profundo como color estructural principal, con verdes en dos intensidades: un verde oscuro sólido que transmite estabilidad y profesionalismo, y un verde claro fosforescente que actúa como acento dinámico para resaltar elementos interactivos, alertas y métricas clave. La interfaz principal organiza de manera clara y funcional todos los apartados del servicio, mostrando un panel de control unificado con gráficos de bienestar, un planificador de contenido integrado con el sistema de descansos automatizados, un módulo de conexión ética con marcas y un acceso directo a la comunidad y al soporte especializado. Esta composición visual no solo demuestra la aplicación coherente de la identidad de marca, sino que también permite visualizar la interacción completa del usuario, evidenciando cómo cada herramienta, desde la monitorización del agotamiento hasta la gestión de colaboraciones, opera dentro de un ecosistema digital cohesivo, intuitivo y orientado a la acción.

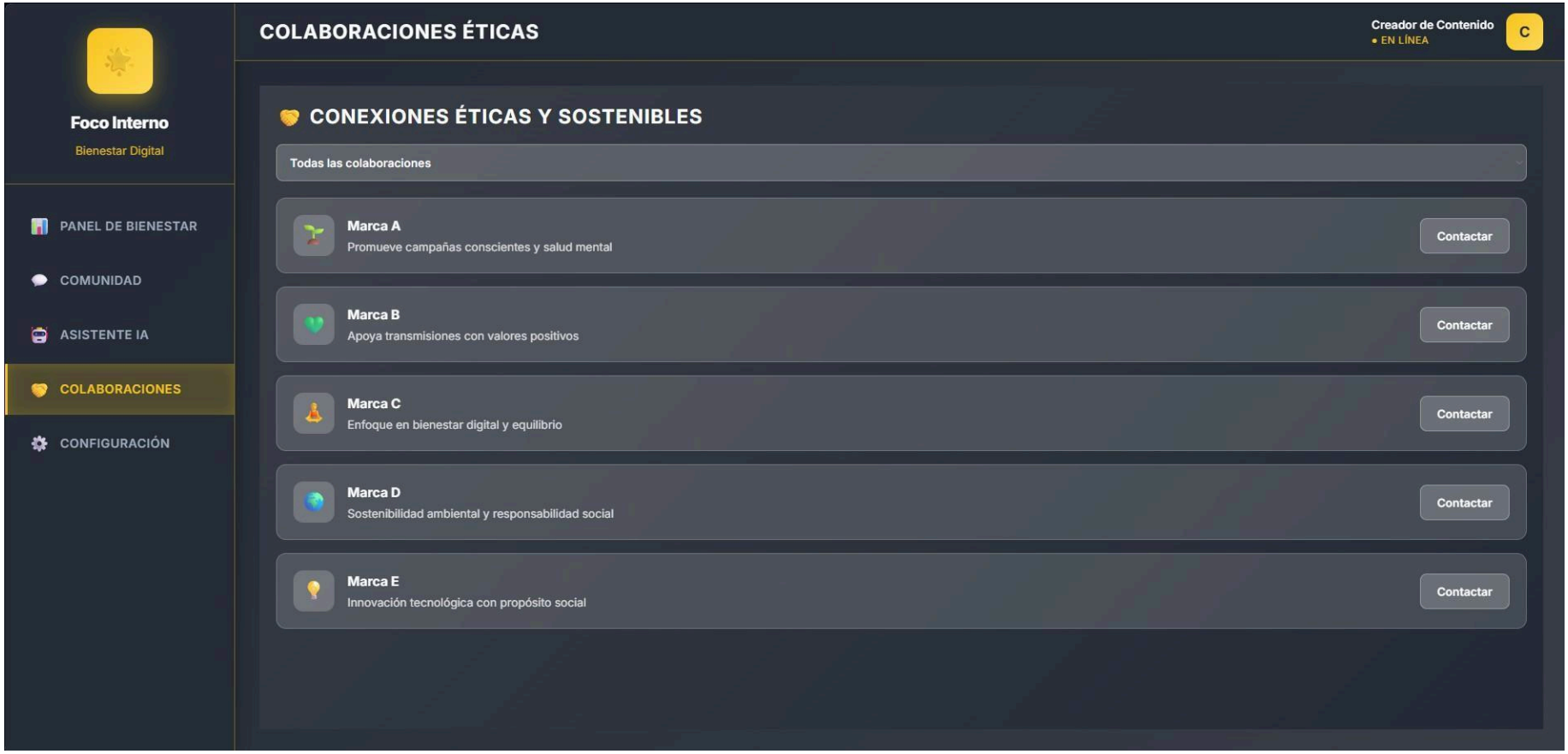
Figura 2.12

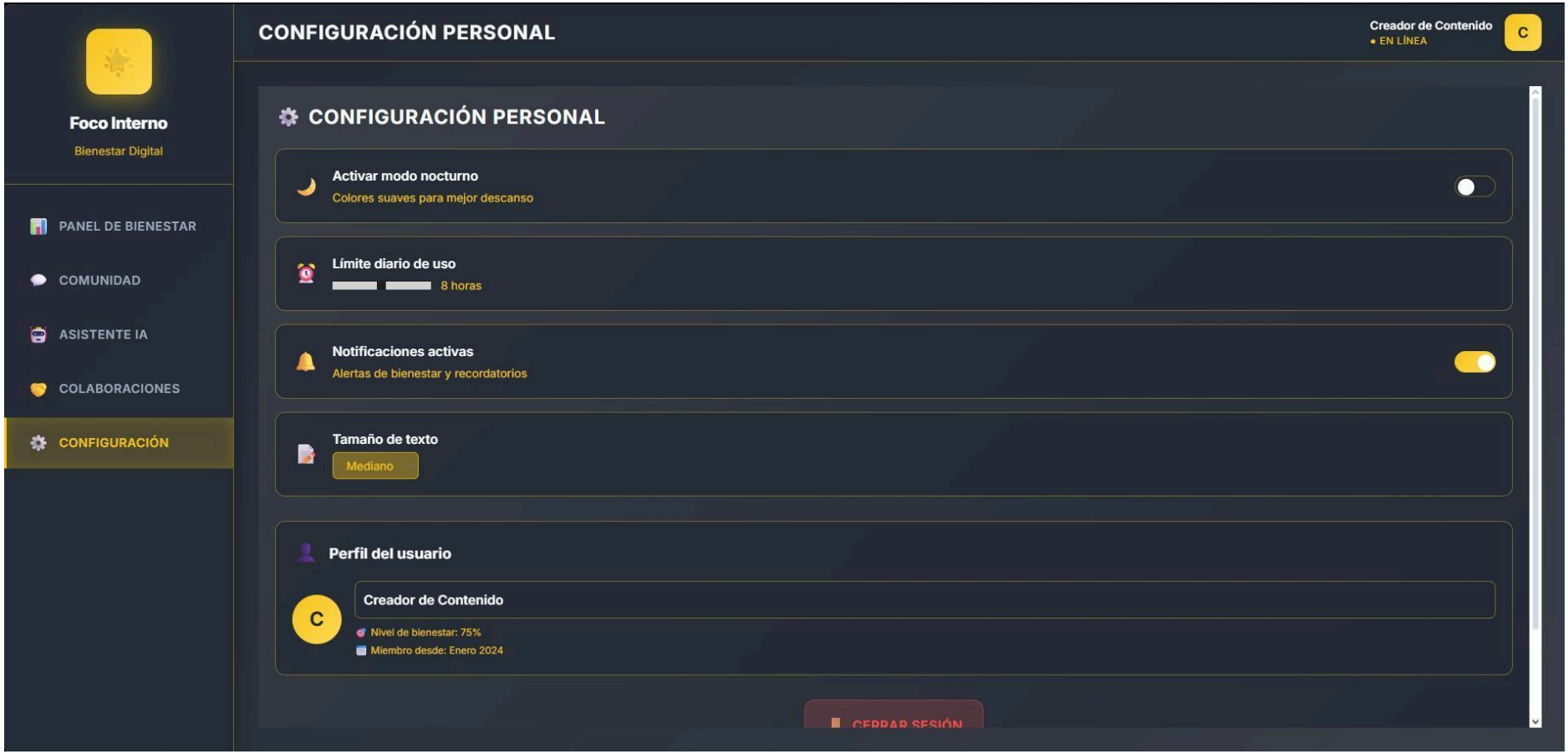
Prototipo de Alta Definición del trabajo de innovación


Foco Interno
Bienestar Digital
PANEL DE BIENESTAR
COMUNIDAD
ASISTENTE IA
COLABORACIONES
CONFIGURACIÓN
DASHBOARD DE BIENESTAR
Creador de Contenido
EN LÍNEA
C
NIVEL DE BIENESTAR ACTUAL
75%
Estado: Equilibrado
VER RECOMENDACIONES
MÉTRICAS DE HOY
7.6h
TIEMPO CONECTADO
1
PAUSAS REALIZADAS
Medio
NIVEL DE ESTRÉS ESTIMADO
ESTADO ACTUAL
NIVEL DE BIENESTAR ÓPTIMO
• Mantén este ritmo saludable
• Próxima pausa en 45 minutos
• Continúa hidratándote regularmente
PROGRESO SEMANAL


Foco Interno
Bienestar Digital
PANEL DE BIENESTAR
COMUNIDAD
ASISTENTE IA
COLABORACIONES
CONFIGURACIÓN
COMUNIDAD DE CREADORES
Creador de Contenido
EN LÍNEA
C
Creador Anónimo
Hace 2 horas
¿Cómo manejas la presión de estar en vivo? A veces siento que no puedo relajarme ni un segundo.
Usuario_Creativo
Hace 4 horas
Comparte un consejo para cuidar tu salud mental. Yo empecé a meditar 10 minutos antes de cada stream y me ayuda mucho.
StreamerPositivo
Hace 6 horas
Recordatorio: está bien tomar descansos. Tu audiencia te va a entender si necesitas cuidar tu bienestar.
Comparte tu experiencia o consejo...
PUBLICAR


Foco Interno
Bienestar Digital
PANEL DE BIENESTAR
COMUNIDAD
ASISTENTE IA
COLABORACIONES
CONFIGURACIÓN
ASISTENTE EMOCIONAL
Creador de Contenido
• EN LÍNEA
C
TU ASISTENTE EMOCIONAL
• SIEMPRE AQUÍ PARA TI
¡Hola! Estoy aquí para cuidar tu bienestar emocional. Recuerda tomar pausas breves entre transmisiones.
Respira profundamente. ¿Quieres escuchar música relajante o necesitas un consejo rápido?
Ejercicio de respiración
Consejo rápido
Recomendación del día
Cuéntame cómo te sientes...


Foco Interno
Bienestar Digital
PANEL DE BIENESTAR
COMUNIDAD
ASISTENTE IA
COLABORACIONES
CONFIGURACIÓN
COLABORACIONES ÉTICAS
Creador de Contenido
EN LÍNEA
C
CONEXIONES ÉTICAS Y SOSTENIBLES
Todas las colaboraciones
Marca A
Promueve campañas conscientes y salud mental
Contactar
Marca B
Apoya transmisiones con valores positivos
Contactar
Marca C
Enfoque en bienestar digital y equilibrio
Contactar
Marca D
Sostenibilidad ambiental y responsabilidad social
Contactar
Marca E
Innovación tecnológica con propósito social
Contactar


Foco Interno
Bienestar Digital
PANEL DE BIENESTAR
COMUNIDAD
ASISTENTE IA
COLABORACIONES
CONFIGURACIÓN
CONFIGURACIÓN PERSONAL
Creador de Contenido
• EN LÍNEA
C
CONFIGURACIÓN PERSONAL
Activar modo nocturno
Colores suaves para mejor descanso
Límite diario de uso
8 horas
Notificaciones activas
Alertas de bienestar y recordatorios
Tamaño de texto
Mediano
Perfil del usuario
C
Creador de Contenido
Nivel de bienestar: 75%
Miembro desde: Enero 2024

2.5.8 Experimentos

A continuación, se presenta la Figura 13 que describe el tablero UX que sintetiza el contexto del proyecto y la solución diseñada. Este tablero integra de manera visual y estructurada el análisis del problema central, el agotamiento emocional y la presión sobre creadores de contenido en el ecosistema digital peruano, junto con los hallazgos de investigación que revelan necesidades específicas de gestión del tiempo, desconexión y apoyo psicoemocional. En paralelo, despliega de forma clara y conexa todos los componentes de la respuesta propuesta, desde la definición conceptual de "Foco Interno" y su propuesta de valor, hasta los prototipos de interfaz de baja y alta fidelidad, la paleta cromática oficial, el moodboard de referencia estética y el modelo de negocio completo. Esta disposición permite visualizar la trayectoria lógica y holística del proceso de diseño, evidenciando cómo cada decisión estratégica, visual y funcional se deriva directamente de los insights del usuario y converge en un ecosistema digital cohesionado, viable y centrado en el bienestar.

Figura 2.13

Tablero UX del trabajo de innovación

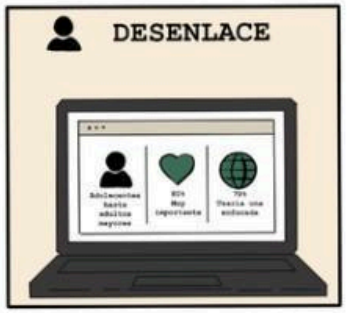
TABLERO UX

ACERCA DEL CONTEXTO



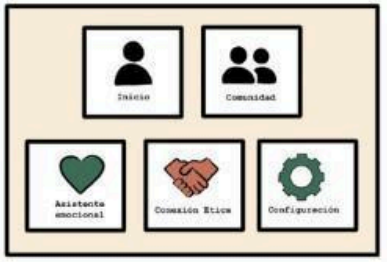




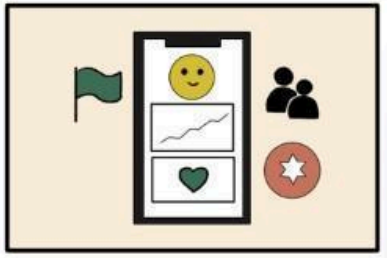


ACERCA DE LO DISEÑADO









A continuación, se presenta la Figura 14 que describe la tabla receptora de feedback y mejoras para "Foco Interno". Este documento sintetiza las principales observaciones validadas por usuarios potenciales, destacando como puntos fuertes la efectividad del sistema de alertas tempranas, la intuitividad del bloqueo de notificaciones, la precisión del test inicial de bienestar, el adecuado filtrado en las conexiones con marcas y la capacidad de la comunidad para generar apoyo mutuo. De forma paralela, identifica áreas críticas de mejora, entre las que se señalan un proceso de registro excesivamente extenso, alertas que pueden percibirse como invasivas, opacas métricas de bienestar, un elevado consumo de batería y limitadas opciones de personalización del planificador. Asimismo, recoge inquietudes clave sobre privacidad de datos, garantías éticas en las colaboraciones, escalabilidad para distintos nichos de contenido, gestión de alertas ignoradas y transparencia en los costos. Finalmente, propone una serie de mejoras concretas para iteraciones futuras, como la incorporación de recordatorios de hidratación y pausas activas, un modo de primeros auxilios emocionales, un sistema de recompensas por metas de bienestar, la función de "contenido en pausa", mentorías individuales, integraciones con apps de mindfulness y alertas dirigidas al círculo de apoyo del creador en situaciones de estrés crítico.

Figura 2.14

Tabla receptora del trabajo de innovación

TABLA RECEPTORA

- El sistema de alertas tempranas detecta efectivamente patrones de agotamiento
- La interfaz de bloqueo de notificaciones es intuitiva y fácil de configurar
- El test inicial de bienestar logra identificar rápidamente el estado emocional del usuario
- El matchmaking con marcas filtra adecuadamente por valores y compatibilidad
- La comunidad de creadores genera sentido de pertenencia y apoyo mutuo

- El proceso de registro es muy largo (vinculación con 5+ redes sociales)
- Las alertas pueden llegar a sentirse invasivas si no se personalizan bien
- Falta claridad en cómo se calculan las métricas de bienestar
- La app consume mucha batería en segundo plano
- Limitadas opciones de personalización en el planificador de contenido

- ¿Cómo se protegen los datos de salud mental de los usuarios?
- ¿Qué garantías hay de que las marcas realmente respeten la autenticidad del creador?
- ¿El sistema funciona igual para creadores de diferentes nichos (gaming, viajes, educación)?
- ¿Qué pasa si el usuario ignora repetidamente las alertas de bienestar?
- ¿Existe algún costo oculto después del periodo de prueba gratuito?

- Incorporar recordatorios de hidratación y pausas activas durante transmisiones
- Crear un modo "primeros auxilios emocionales" para momentos de crisis
- Diseñar un sistema de recompensas por cumplir metas de bienestar
- Desarrollar función de "contenido en pausa" para programar breaks automáticos
- Incluir mentorías individuales con creadores experimentados
- Añadir integración con apps de meditación y mindfulness
- Crear alertas para familiares cuando el creador alcance niveles críticos de estrés

A continuación, se presenta la Figura 15 que sintetiza los resultados del proceso de validación temprana del proyecto "Foco Interno". Las hipótesis iniciales fueron confirmadas mayoritariamente mediante una encuesta de mercado aplicada a 50 personas: existe una necesidad consciente y expresada de bienestar digital (86.5%), las redes sociales generan un impacto emocional negativo reportado como ansiedad o estrés en el 84.6% de los usuarios tras un uso prolongado, y existe una alta receptividad a la solución, con un 96.1% de disposición segura a usar la plataforma y un 94.3% adicional en un segmento potencialmente convertible. Las principales lecciones aprendidas destacan que la necesidad de control del tiempo es la función más demandada, se constata una fatiga digital generalizada y, de manera sorprendente, se obtuvo un consenso abrumador (65.4%) sobre la necesidad de espacios dedicados a la salud mental, sin que ningún encuestado rechazará por completo la idea de usar una plataforma de este tipo.

Los experimentos clave incluyeron una encuesta de validación que reveló un uso intensivo de redes sociales, con un 73% de los participantes conectándose varias veces al día y un 40% dedicando más de cuatro horas diarias. La prueba de usabilidad del prototipo web con la misma muestra arrojó métricas altamente positivas: una tasa de registro completado del 87%, una satisfacción general valorada en 4.6 sobre 5 y una intención de recomendar de 4.7 sobre 5. Estas métricas, combinadas con una tasa de reconocimiento del problema del 87% y una disposición de uso combinada (segura y probable) del 87%, validan no sólo la pertinencia del problema identificado, sino también la usabilidad, la propuesta de valor y la viabilidad de adopción inicial de la solución propuesta.

Figura 2.15

Experimentación ágil del trabajo de innovación

HIPÓTESIS

Hipótesis 1:

El agotamiento es consecuencia de la presión externa → *se observa una alta presencia de desgaste profesional.*

Hipótesis 2:

Existe una alta disposición a adoptar herramientas digitales de apoyo → *hay una necesidad clara de soporte integrado.*

Hipótesis 3:

La personalización determina el valor percibido → *es clave para la utilidad y la permanencia en el uso.*

EXPERIMENTOS

Encuesta de validación de mercado

- Muestra: 50 personas (18-35 años)
- Duración: Una semana
- Hallazgo clave: Más del 90% de la comunidad de creadores experimenta altos niveles de estrés, agotamiento emocional y desbalance vida-trabajo

Prueba de prototipo web con 50 personas

Objetivo: Validar usabilidad y propuesta de valor

Resultado:

- 96.1% considera útil (muy útil o algo útil) una plataforma que monitoree su bienestar digital.
- **86.5%** usaría alertas de agotamiento emocional (sí, definitivamente o probablemente sí).
- **94.3%** está dispuesto a usar la plataforma regularmente (muy dispuesto o medianamente dispuesto).

MÉTRICAS

- +90% sufre estrés/agotamiento.
- +94% adoptaría una herramienta de bienestar digital.
- +88% ha tenido que parar por salud mental.

Estas métricas muestran una necesidad urgente y una oportunidad clara para una plataforma de apoyo emocional dirigida a creadores de contenido.

LECCIONES APRENDIDAS

- La salud mental es un tema urgente y estructural en la comunidad creadora.
- Las soluciones deben ser contextuales, abordando las causas específicas del estrés en este ámbito.
- La personalización y la practicidad son claves para la adopción y utilidad percibida.
- El acompañamiento emocional continuo es más valorado que las intervenciones aisladas.
- Existe una oportunidad clara para crear herramientas digitales que integren bienestar y trabajo de forma natural.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

(Propuesta de valor y Modelo de Negocio del producto/servicio)

1. DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN INNOVADORA

Propuesta de Valor:

Foco Interno es la primera plataforma digital integral en Perú, diseñada específicamente para mejorar la salud y el bienestar de los creadores de contenido. Esta solución innovadora unifica herramientas de autorregulación digital, apoyo emocional especializado y un sistema de marca ética, ofreciendo una respuesta completa que supera la ineficacia de las soluciones fragmentadas actuales.

- Monitor de bienestar digital con alertas tempranas de agotamiento emocional
- Sistema de límites digitales con bloqueo automático de notificaciones
- Comunidad segura de apoyo entre creadores
- Unión ética con marcas alineadas a valores del creador

Modelo de Negocio:

- Múltiples flujos de ingresos: Suscripción mensual premium: 28 soles/creador, Comisión del 5% por colaboraciones con marcas, Publicidad de marcas en la plataforma
- Validado con el mercado: 96.2% ve útil la plataforma, 86.5% usaría alertas de agotamiento, 94.2% la usaría regularmente.
- Estructura de costos eficiente: 40% desarrollo tecnológico, 30% equipo multidisciplinario

2. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

El sitio web contribuye al impacto económico generando eficiencia y ahorro tanto para los creadores de contenido como para el público en general. Al integrar herramientas digitales de gestión del tiempo y recomendaciones personalizadas, los usuarios pueden optimizar sus rutinas, reducir el agotamiento y mejorar su productividad. Para los streamers, esto se traduce en una mayor estabilidad creativa y continuidad laboral, evitando pérdidas por agotamiento o descansos imprevistos. La plataforma también puede generar ingresos indirectos mediante colaboraciones éticas con marcas, publicidad responsable y acceso a servicios premium de bienestar, sin comprometer la salud digital de los usuarios. Todo esto alinea el proyecto con el ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico, al promover prácticas digitales sostenibles que fortalecen el entorno laboral creativo.

El impacto social de la plataforma es significativo, beneficiando a un público diverso que incluye adolescentes, jóvenes y adultos que han reportado experimentar estrés, ansiedad y presión social al interactuar en redes sociales. La iniciativa promueve el bienestar emocional, fomenta comunidades digitales más empáticas y ofrece apoyo para problemas comunes como la comparación social, el agotamiento emocional y el agotamiento mental. Además, al incluir herramientas de apoyo emocional y espacios seguros para la conversación, contribuye al ODS 3: Salud y Bienestar, promoviendo hábitos saludables y reduciendo los riesgos psicológicos asociados al uso intensivo de redes sociales.

Aunque se trata de un sitio web, incorpora un impacto ambiental positivo al reducir la necesidad de materiales físicos y promover procesos sostenibles. Al ser un sistema completamente digital, disminuye el uso de papel, materiales impresos, viajes y actividades presenciales que generan huella de carbono. Además, el diseño visual se basa en un enfoque

de ahorro energético, priorizando interfaces ligeras que consumen menos recursos del servidor y reducen la demanda energética.

3. PLAN DE ACTIVIDADES

Fase de Inicio y Preparación (Enero):

El primer mes, enero, se caracteriza por ser la etapa fundacional, donde se ejecutan las acciones de preparación y alcance inicial. Las actividades críticas incluyen la **gestión y negociación de campañas con patrocinadores**, lo cual es vital para asegurar el soporte financiero y la credibilidad del proyecto. Paralelamente, se pone en marcha el **diseño y desarrollo del sitio web**, la plataforma central de la campaña. Simultáneamente, se inicia el crucial **contacto con creadores de contenido e *influencers***; esta acción temprana busca establecer colaboraciones estratégicas que serán fundamentales para la futura promoción y el alcance masivo del proyecto. Esta planificación inicial es intensiva y busca solidificar las bases operacionales y de *marketing*.

Fase Comunicacional y de Posicionamiento (Febrero):

Febrero se destina prioritariamente a la etapa de comunicación y **marketing (conjunto de estrategias y acciones que una empresa usa para conocer a sus consumidores)** de prelanzamiento. El foco se centra en el anuncio público y oficial del sitio web ya diseñado. Este hito es clave, ya que marca la transición de la fase interna a la interacción con el público y los **stakeholders (persona, grupo u organización que tiene interés, influencia o participación en un proyecto, empresa o decisión)**. Durante este mes, las actividades de contacto con creadores de contenido se intensifican para asegurar que estén listos para la próxima fase de promoción activa, sentando las bases para el engagement inicial.

Fase de Ejecución y Cierre (Marzo):

Marzo representa la culminación del plan de tres meses. En este periodo se ejecutan las fases finales y más visibles del proyecto:

1. **Lanzamiento Oficial de la Campaña:** Este es el momento cumbre, donde se activa la campaña promocional a su máxima capacidad, probablemente con el apoyo coordinado de los creadores de contenido contactados en las fases previas.
2. **Cierre del Proyecto:** Una vez alcanzados los objetivos inmediatos del lanzamiento, el proyecto entra en su fase de cierre. Esto incluye la evaluación de resultados, la rendición de cuentas a patrocinadores y la documentación de las lecciones aprendidas para futuros esfuerzos.

Figura 2.16

Diagrama de Gantt del trabajo de innovación

DIAGRAMA DE GRANT



4. RECURSOS NECESARIOS

Recursos Humanos:

- 1 Desarrollador Full Stack
- 1 Diseñador UX/UI
- 1 Community Manager
- Psicólogo consultor
- Director/Coordinador

Recursos Tecnológicos:

- Dominio + Hosting básico
- Certificado SSL + seguridad básica
- Herramientas desarrollo gratuitas
- Google Workspace comunicación
- Sistema pagos simple

Recursos Materiales:

- Espacio de coworking para equipo core
- Equipos de computación de alto rendimiento
- Licencias de software especializado

INNOVACIÓN DIFERENCIADORA

“Foco Interno” representa una innovación disruptiva en el ecosistema digital peruano al:

- Integrar por primera vez bienestar emocional + desarrollo profesional + comunidad.

- Abordar una brecha validada: 25% de creadores considera abandonar redes por agotamiento.
- Proponer un nuevo paradigma: éxito digital ≠ sacrificio de salud mental.

Estimación de costos

Tabla 3.1

Tabla de presupuesto del proyecto del trabajo de innovación

Categoría	Concepto	Duración	Descripción	Costo (S/)
Recursos Humanos	Desarrollador Full Stack	6 meses	Contratación	S/24.000,00
	Diseñador UX/UI	3 meses	Contratación	S/10.500,00
	Community Manager	6 meses	Contratación	S/15.000,00
	Psicólogo digital (consultor)	12 meses	Asesoría especializada	S/24.000,00
	Gestor de proyecto	6 meses	Contratación	S/21.000,00
	Sub Total			**S/94.500,00**
Infraestructura Tecnológica	Dominio web (.com)	1 año	Registro anual	S/120,00
	Hosting cloud (servidor)	12 mese	Servicio mensual	S/6.000,00
	Certificado SSL	1 año	Seguridad web anual	S/400,00
	Licencia Figma (diseño)	6 meses	Software de diseño	S/720,00
	Licencias desarrollo	6 meses	Herramientas de programación	S/1.500,00
	Sub Total			**S/8.740,00**
Herramientas y Software	Suite Google Workspace	12 meses	Correo y almacenamiento	S/900,00
	Trello o Asana	12 meses	Gestión de proyectos	S/600,00
	Analytics y monitoreo	12 meses	Métricas de plataforma	S/1.200,00
	Herramientas de testing	12 meses	Pruebas de usabilidad	S/800,00
	Sub Total			**S/3.500,00**
Marketing y Posicionamiento	Campañas en redes sociales	6 meses	Publicidad digital	S/12.000,00
	Content marketing	12 meses	Creación de contenido	S/6.000,00
	SEO y posicionamiento web	6 meses	Optimización en buscadores	S/4.500,00
	Producción de video	3 meses	Material audiovisual	S/3.000,00
	Sub Total			**S/25.500,00**
Gastos Administrativos y Legales	Constitución empresa	Inicial	Trámites legales	S/2.500,00
	Registro marca	Inicial	Trámite INPI	S/800,00
	Asesoría legal inicial	Inicial	Consultoría jurídica	S/1.500,00
	Coworking (reuniones)	12 meses	Espacio físico ocasional	S/2.400,00
	Contabilidad e impuestos	12 meses	Servicio profesional	S/3.600,00
	Sub Total			**S/10.800,00**
TOTAL				**S/143.040,00**

Nota: Esta tabla muestra el presupuesto del proyecto, al tipo de cambio 1 dólar Estadounidense es igual a 3.36 Sol Peruano (referente a diciembre 2025).

Conclusiones y recomendaciones

Hallazgos

Se confirma una oportunidad clara y cuantificada: el 96 % considera útil una plataforma de bienestar digital y el 94 % la emplearía de manera habitual.

La propuesta “Foco Interno” se alinea directamente con las necesidades expresadas: herramientas personalizadas, recordatorios activos de descanso y acompañamiento psicoemocional continuo.

Los creadores de contenido peruanos presentan niveles críticos de agotamiento emocional (90 %) y dificultades para equilibrar su vida personal y laboral (89 %), bajo una presión constante por cumplir horarios, métricas y enfrentar comentarios públicos (85 %).

La viabilidad comercial se sustenta en una alta disposición de uso, complementada con un modelo de negocio escalable basado en suscripciones de pago, talleres especializados y servicios de vinculación ética entre creadores y marcas.

La versión prototipo de la página web demostró ser altamente funcional e intuitiva. Los usuarios no mostraron dificultades de uso y valoraron positivamente las funciones de control de tiempo y comunidad

Próximos Pasos

1. Finalizar el prototipo de alta fidelidad incorporando la retroalimentación del tablero UX.
2. Desarrollar el MVP (Producto Mínimo Viable) con funciones clave: sistema de alertas tempranas, planificador de descansos y comunidad segura.
3. Realizar prueba piloto con 50 creadores peruanos durante el primer trimestre.
4. Establecer alianzas estratégicas con universidades, organizaciones de salud mental y

asociaciones de creadores.

5. Iniciar conversaciones con potenciales aliados: Osiptel, asociaciones de streamers y marcas con propósito social.
6. Implementar programa de mentorías y talleres especializados para fidelizar usuarios.

7. Diseñar campaña de lanzamiento segmentada dirigida a creadores de 18-35 años en Lima.

Monitoreo y Seguimiento

1. Dashboards en tiempo real para métricas de engagement, uso de plataforma y bienestar digital.
2. Encuestas bimestrales de satisfacción y salud mental a usuarios activos.
3. Evaluación trimestral con equipo multidisciplinario y asesores externos.
4. Métricas clave de impacto:

   La iniciativa busca alcanzar una reducción del 40 % en los casos de agotamiento emocional entre los creadores de contenido, a la vez que impulsa un incremento del 30 % en las colaboraciones auténticas con marcas mediante vínculos más alineados con los valores de cada usuario. Además, proyecta el crecimiento de una comunidad activa compuesta por más de 500 creadores que participen de manera constante en actividades formativas y de apoyo.

5. Monitoréo de sostenibilidad económica:

   Las metas incluyen mejorar la tasa de retención de suscriptores, diversificar las fuentes de ingreso y optimizar los costos operativos para fortalecer la sostenibilidad del proyecto.

Referencias

eBIZ, (2024). TikTok y Facebook son las más usadas por peruanos para seguir a influencers https://ebiz.pe/noticias/tiktok-y-facebook-son-las-mas-usadas-por-peruanos-para-seguir-a-influencers

FayerWayer, (2025), ¡No es solo una fiesta patria! TikTok se rinde a Perú: Influencers y tendencias disparan su popularidad global https://www.fayerwayer.com/internet/2025/07/29/no-es-solo-una-fiesta-patria-tiktok-se-rinde-a-peru-influencers-y-tendencias-disparan-su-popularidad-global

Infobae, (2024). Influencers en Perú: Esto son los tres tipos de contenido que triunfan en redes sociales https://www.infobae.com/peru/2024/12/13/influencers-en-peru-los-tres-tipos-de-contenido-que-triunfan-en-redes-sociales/

Luo, H., Zhang, J. & Wang, X. (2024). Burnout among Chinese live streamers: Prevalence and correlates. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0301984

Mercado Negro, (2024). Salud mental digital: 25% de creadores de contenido considera retirarse de las redes sociales https://www.mercadonegro.pe/marketing/salud-mental-digital-25-de-creadores-de-contenido-considera-retirarse-de-las-redes-sociales

Mercado Negro (2024). Salud mental digital: 25% de creadores considera retirarse de redes sociales. https://www.mercadonegro.pe/marketing/salud-mental-digital-25-de-creadores-de-contenido-considera-retirarse-de-las-redes-sociales

RPP (2025). Consumo de internet móvil en Perú continúa aumentando, según OSIPTEL. https://rpp.pe/economia/economia/osiptel-cuanto-internet-movil-consumen-al-mes-los-peruan os-y-cuanto-tiempo-le-dedican-al-streaming-noticia-1618883

RPP Noticias, (2025). Peruanos 'pegados' al celular: ¿Cuánto internet móvil consumen al mes? https://rpp.pe/economia/economia/osiptel-cuanto-internet-movil-consumen-al-mes-los-peruan os-y-cuanto-tiempo-le-dedican-al-streaming-noticia-1618883

Shah, R., Al-Harbi, N. & Thomas, M. (2024). Impacto de la popularidad en la salud emocional de creadores digitales. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.11504076

TVPerú, (2024). Uso excesivo de redes sociales puede generar perjuicios en la salud mental de niños y adolescentes https://www.tvperu.gob.pe/novedades/tvperu/uso-excesivo-de-redes-sociales-puede-generar-perjuicios-en-la-salud-mental-de-ninos-y-adolescentes

UNESCO / El Comercio (2024). El 62 % de influencers no verifica información antes de compartirla. https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/el-62-de-los-influencers-no-verifican-antes-de-compartir-alerta-unesco-creador-de-contenido-like-me-gusta-noticia/

UPEU (2024). Implicaciones tributarias para los creadores de contenido digital en América Latina. https://repositorio.upeu.edu.pe/items/84789a7a-690e-4b1a-bb4b-2b46c1f65733

Weißmann, S., Magin, M., Jürgens, P. & Stark, B. (2025). Análisis del lenguaje hostil y comentarios ofensivos hacia creadores en plataformas digitales. https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.07676

WIRED (2025). El agotamiento afecta a los creadores de contenido y nuevos servicios buscan apoyarlos.
https://es.wired.com/articulos/el-burnout-golpea-duro-a-los-influencers-y-este-nuevo-servicio-quiere-ayudarlos

Resultados de la encuesta

Distribución de respuestas de la primera pregunta del trabajo de innovación



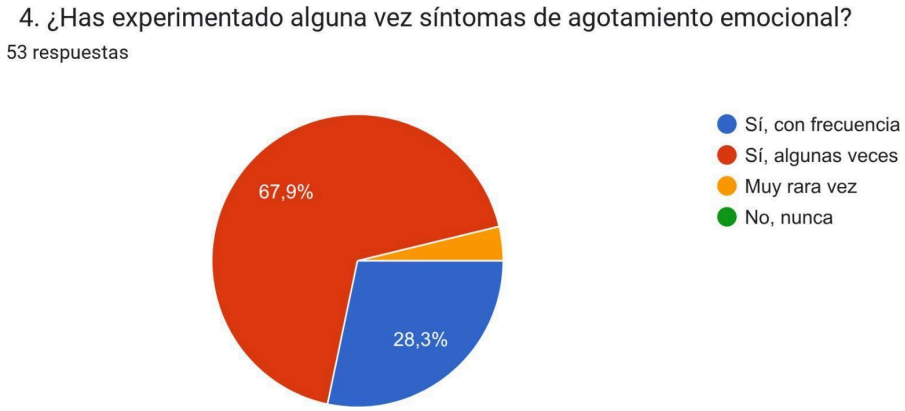
Distribución de respuestas de la segunda pregunta del trabajo de innovación



Distribución de respuestas de la tercera pregunta del trabajo de innovación



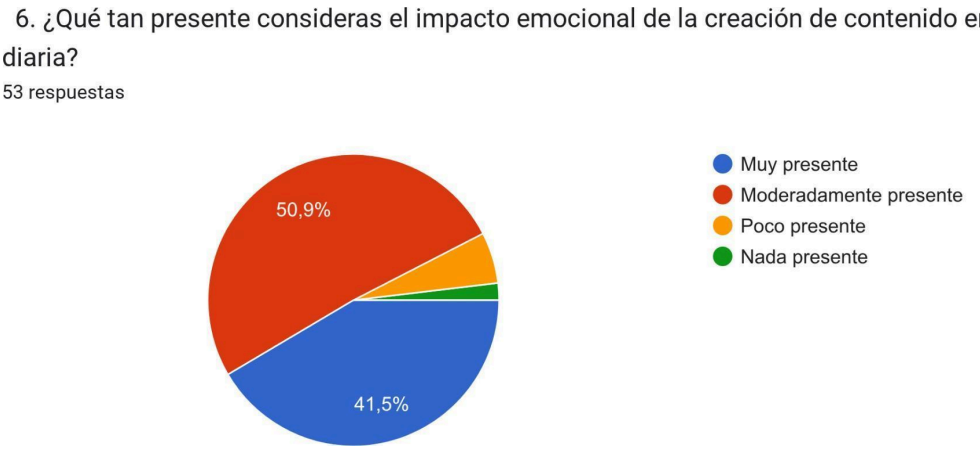
Distribución de respuestas de la cuarta pregunta del trabajo de innovación



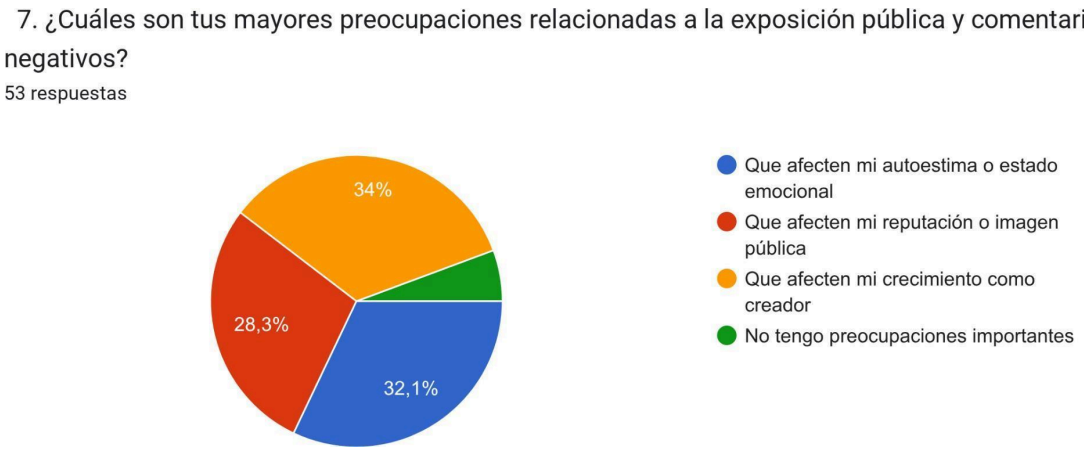
Distribución de respuestas de la quinta pregunta del trabajo de innovación



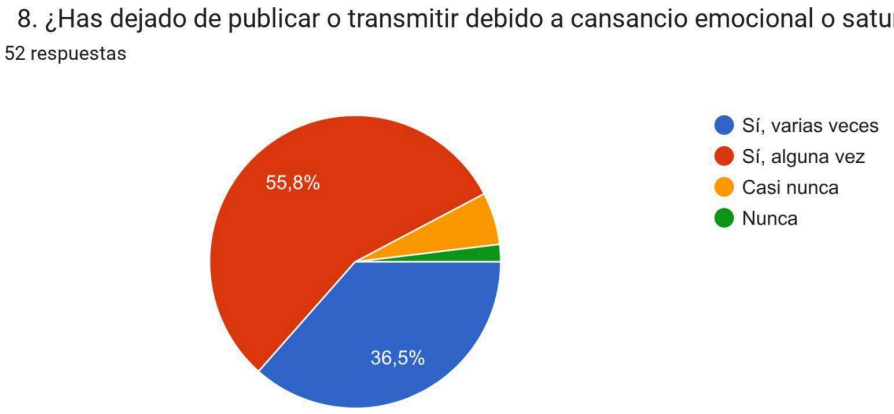
Distribución de respuestas de la sexta pregunta del trabajo de innovación



Distribución de respuestas de la sétima pregunta del trabajo de innovación



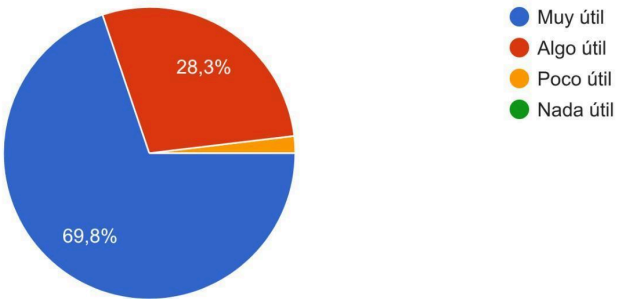
Distribución de respuestas de la octava pregunta del trabajo de innovación



Distribución de respuestas de la novena pregunta del trabajo de innovación

9. ¿Qué tan útil te parecería contar con una plataforma que monitoree tu bienestar digital y te recuerde descansar o pausar?

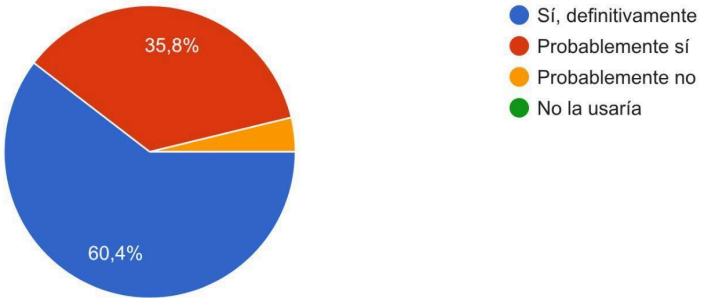
53 respuestas



Distribución de respuestas de la décima pregunta del trabajo de innovación

10. Si una herramienta te alertara cuando detecta señales de agotamiento emocional, ¿la usarías?

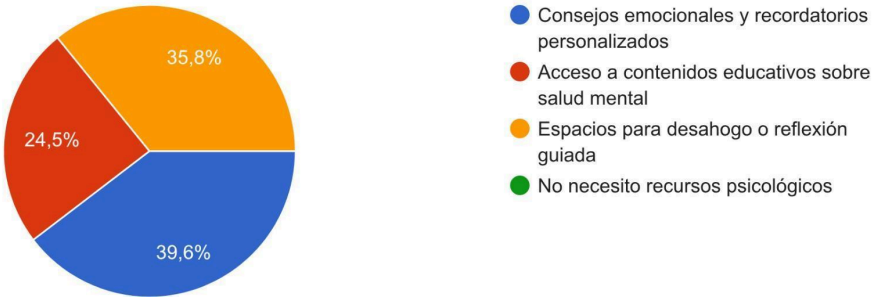
53 respuestas



Distribución de respuestas de la onceava pregunta del trabajo de innovación

11. ¿Qué tipo de apoyo o recursos psicológicos te gustaría tener dentro de una plataforma para creadores?

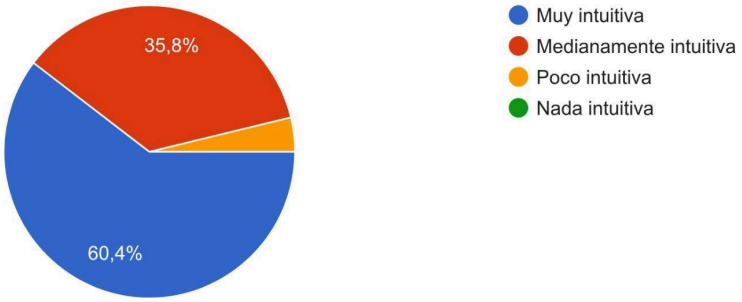
53 respuestas



Distribución de respuestas de la doceava pregunta del trabajo de innovación

12. ¿Qué tan intuitiva te parece la navegación del prototipo que acabas de ver?

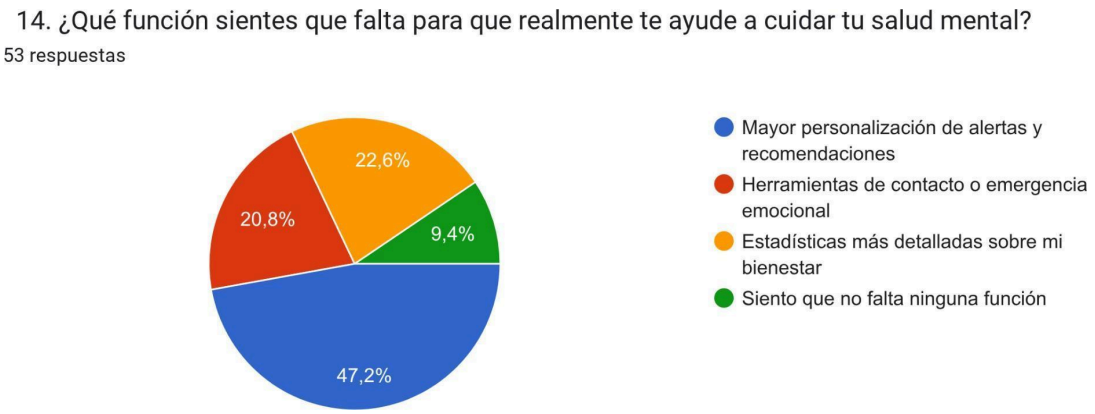
53 respuestas



Distribución de respuestas de la treceava pregunta del trabajo de innovación



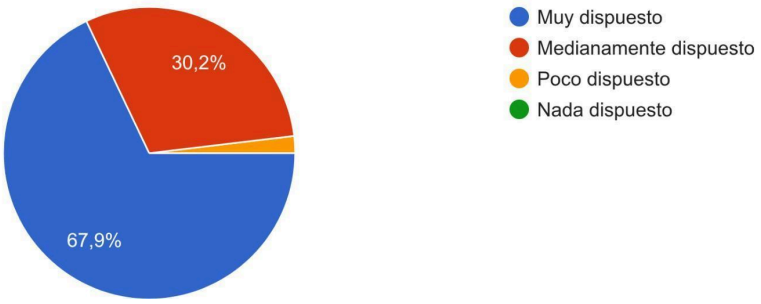
Distribución de respuestas de la catorceava pregunta del trabajo de innovación



Distribución de respuestas de la quinceava pregunta del trabajo de innovación

15. Si esta plataforma se lanzara hoy, ¿qué tan dispuesto estarías a usarla regularmente como parte de tu rutina?

53 respuestas



Enlace del cuestionario:

https://docs.google.com/forms/d/1vjeo1B17aSoPKK2_ahqtcn6FItgxSjJ6S_3e66E7kfg/edit#responses