ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

De lo tradicional a lo participativo: innovación visual en los centros culturales peruanos para fortalecer el sentido de pertenencia en los jóvenes de 18 a 25 años

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

TAMAYO RAMOS CLAUDIA XIMENA
72801654, Perú

ASESOR

MILLAN REYES MARTHA SOFIA MERCEDES
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

Carlos Alberto Nieri Parodi
Hector Santiago Guzmán Salinas
Erick Manuel Cieza Olano

Lima, enero 2026

Turnitin

Informe-0000024200-TAMAYO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:546503121

Fecha de entrega
15 ene 2026, 1:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
15 ene 2026, 2:27 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000024200-TAMAYO.pdf

Tamaño del archivo
6.2 MB

78 páginas

11.520 palabras

65.432 caracteres

turnitin Página 1 de 87 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:546503121

Turnitin

15% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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

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

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, mis gatas y amistades, quienes han sido parte de mi proceso de formación académica y personal, hoy dedico este proyecto a quienes de distintas maneras han sido un soporte emocional y fundamental a lo largo de este camino. Este proyecto no solo es el resultado de un trabajo académico, sino también el reflejo del esfuerzo, la constancia y el compromiso que implicó cada etapa de su desarrollo. A lo largo de este proceso enfrenté diversos retos, dudas y aprendizajes que contribuyeron a fortalecer mi visión profesional y mi manera de entender el diseño como una herramienta con impacto más allá de lo visual.

De igual manera, dedico este trabajo a todas aquellas personas que me motivaron a seguir adelante, a quienes me impulsaron a confiar en mis ideas, a perseverar cuando el proceso se volvió exigente y a valorar el crecimiento que surge del error y la reflexión. Este proyecto marca el cierre de una etapa importante, llena de increíbles recuerdos y anécdotas por contar y el comienzo de nuevos desafíos, fortaleciendo los conocimientos adquiridos y reafirmando mi interés por el diseño. Este logro es el resultado de un camino recorrido con dedicación, altibajos, aprendizajes, lecciones y el valor del trabajo realizado.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a mis padres, amistades y a mis gatas por el apoyo constante, la paciencia y la motivación a lo largo de esta etapa académica. Su apoyo y motivación fue clave para poder lograr los retos del proceso y mantener la constancia necesaria para culminar este trabajo. Agradezco a mis padres por siempre confiar en mí y demostrarlo durante toda esta etapa, a mis amistades por siempre estar ahí para mí, por brindarme opiniones, retroalimentación y ánimo en distintos momentos del proyecto, y también agradezco a mis mascotas por acompañarme en esas noches de desveladas, haciéndome compañía durante horas de trabajo.

Asimismo, agradezco a mi asesora del Grado Bachiller, Valeria Moreno, por la orientación durante estas últimas semanas, el acompañamiento y las observaciones brindadas durante el desarrollo de este proyecto, las cuales fueron fundamentales para fortalecer la investigación y mejorar la propuesta desde una mirada crítica y profesional. Su guía y consejos me sirvieron de mucho en este proyecto académico.

Finalmente, agradezco a la institución educativa Toulouse Lautrec y a los docentes que formaron parte de mi formación profesional, por los conocimientos, experiencias, anécdotas y aprendizajes adquiridos, los cuales hicieron posible la realización de este proyecto y contribuyeron significativamente a mi crecimiento académico y personal. Hoy culmino una etapa muy significativa y llena de aprendizajes, aunque el camino no siempre fue fácil, hoy por hoy puedo decir que agradezco cada experiencia vivida durante este proceso, ya que cada reto, error, altibajo y logro contribuyó a que hoy pueda llegar hasta este punto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**
1.1 Título del Proyecto de Innovación 1
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1
1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 3
II. Descripción de la innovación **3**
2.1 Planteamiento del Problema 3
2.2 Población beneficiaria 5
2.3 Objetivo(s) del proyecto 7
2.3.1 Objetivo general 7
2.3.2 Objetivo específicos 7
2.4 Marco referencial 8
2.5 Proceso creativo y experimentos 9
2.5.1 Información sobre el usuario(s) 9
2.5.2 Información sobre el Mercado 12
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 13
2.5.4 Diseño de producto/servicio 17
2.5.4.1 Mecánica del servicio 17
2.5.4.2 Características de la sala 1 18
2.5.4.3 Características de la sala 2 18
2.5.4.4 Características de la sala 3 19
2.5.4.5 Características de la sala 4 19
2.5.4.6 Enfoque Triple Balance 19
2.5.5 Modelo de negocio 20
2.5.5.1 Segmento de usuario 20
2.5.5.2 Propuesta de valor 21
2.5.5.3 Canales 21
2.5.5.4 Relación con los clientes 21
2.5.5.5 Fuente de ingresos 21
2.5.5.6 Recursos clave 22
2.5.5.7 Actividades clave 22
2.5.5.8 Socios clave 23
2.5.5.9 Estructura de costos 23
2.5.6 Resultados esperados 24
2.5.7 Prototipos desarrollados 25
2.5.7.1 Prototipo de Baja Fidelidad 27
2.5.7.2 Prototipo de Alta Fidelidad 30
2.5.8 Experimentos 33
2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 39

III. Estimación de costos **40**
3.1 Presupuesto 40
IV. Conclusiones y recomendaciones **44**
4.1 Conclusiones 44
4.2 Recomendaciones 45
V. Referencias **47**
VI. Anexos **48**
Anexo 1 48
Anexo 2 57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 42
Estructura de presupuesto de Museo Origen 42

ÍNDICE DE FICHAS

Figura 1 5
Árbol de Problemas 5
Figura 2 6
Mapa de Actores 6
Figura 3 11
Arquetipo Usuario 11
Figura 4 12
Mapa de Empatía 12
Figura 5 16
Ruta de Conceptualización 16
Figura 6 16
Propuesta de Valor 16
Figura 7 18
Tablero UX 18
Figura 8 20
Triple Balance 20
Figura 9 24
Modelo de Negocio 24
Figura 10 26
Mapa General del Museo 26
Figura 11 28
Primera sala: Mesas táctiles y audio inmersivo 28
Figura 12 28
Segunda sala: Experiencia inmersiva con sonido 3D 28
Figura 13 29
Tercera sala: Cuadros con Realidad Aumentada 29
Figura 14 29
Cuarta sala: Zona de fotos y merchandising 29
Figura 15 31
Primera sala: Mesas táctiles y audio inmersivo 31
Figura 16 31
Segunda sala: Experiencia inmersiva con sonido 3D 31
Figura 17 32
Tercera sala: Cuadros con Realidad Aumentada 32
Figura 18 32
Cuarta sala: Zona de fotos y merchandising 32
Figura 19 33
Checklist de prototipado 33

Figura 20 36
Tabla Receptora 36
Figura 21 36
Experimentación Ágil 36
Figura 22 37
Experimentación Ágil 37
Figura 23 37
Experimentación Ágil 37
Figura 24 38
Experimentación Ágil 38
Figura 25 38
Experimentación Ágil 38

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"De lo tradicional a lo participativo: innovación visual en los centros culturales peruanos para fortalecer el sentido de pertenencia en los jóvenes de 18 a 25 años"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "De lo tradicional a lo participativo: innovación visual en los centros culturales peruanos para fortalecer el sentido de pertenencia en los jóvenes de 18 a 25 años" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de tecnología de materiales y la actividad económica de enseñanza y busca resolver la desconexión de los jóvenes peruanos con su cultura por los centros culturales, teniendo como población beneficiaria a jóvenes peruanos de 18 a 25 años, interesados en el diseño, arte, experiencias culturales contemporáneas, modernas y creativas, además de Museos y Centros Culturales que busquen renovar su identidad visual.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en ofrecer una experiencia inmersiva que logre conectar a los jóvenes con su cultura a través del diseño, la tecnología e interacción. El proyecto transforma la visita al museo en una experiencia participativa, fortaleciendo el sentido de pertenencia cultural, se trata de una experiencia museográfica inmersiva que combina recursos físicos y digitales como mesas táctiles, proyecciones, sonido envolvente, realidad aumentada y zonas interactivas. Su funcionamiento se basa en un recorrido multisensorial donde los visitantes aprenden mediante interacción visual y tecnológica. Además, integra un enfoque de triple balance, donde en lo social, acerca

a los jóvenes de 18 a 25 años su identidad cultural, lo económico propone un modelo sostenible basado en ingresos variados y alianzas estratégicas y en lo ambiental prioriza materiales sostenibles, iluminación eficiente y contenidos digitales que reducen el impacto ecológico.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja fidelidad donde se muestra mediante bocetos, las distribuciones de las salas del museo, en estas se encuentran las mesas táctiles, proyecciones, audio inmersivo, cuadros con realidad aumentada y una zona de fotografías y merchandising. También se realizó un prototipo de alta fidelidad de estas salas en las cuales se permite evaluar la claridad del recorrido, la interacción del usuario y la integración tecnológica, logrando una primera aproximación visual y funcional para validar ideas antes de su desarrollo final para probar con los usuarios la comprensión del concepto, la facilidad de navegación entre salas y el nivel de interés generado por los recursos interactivos. A través de encuestas digitales se recogieron opiniones sobre la claridad del recorrido, la coherencia de las salas, los elementos más atractivos y el nivel de deseo de visitar el museo, obteniendo métricas que evidenciaron alta aceptación, interés por las experiencias digitales y sugerencias útiles para mejorar la distribución y dinamismo de ciertas áreas. Estos resultados permitieron validar que la propuesta es clara, atractiva y con alto potencial para conectar con el público joven.

Se concluye que la solución propuesta resulta clara, atractiva y altamente efectiva para conectar a los jóvenes con la cultura peruana mediante experiencias digitales e interactivas, demostrando que la incorporación de recursos como realidad aumentada, mesas táctiles, sonido inmersivo y zonas participativas incrementa significativamente el interés y la disposición a visitar el museo. Además, los usuarios comprendieron el recorrido sin dificultad y valoraron la propuesta como innovadora, moderna y distinta a la oferta museográfica tradicional y se recomienda continuar con una siguiente iteración del diseño, incorporando las sugerencias obtenidas en las encuestas, realizar pruebas presenciales con prototipos funcionales y avanzar hacia un plan de producción real que incluya costos detallados, alianzas estratégicas y un cronograma de implementación. De igual manera, se sugiere monitorear la experiencia del usuario en futuras pruebas, validar la usabilidad de los recursos

interactivos y evaluar oportunidades de escalamiento o réplica de la propuesta en otros espacios culturales del país.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En Perú, los jóvenes entre 18 y 25 años representan un sector importante para el desarrollo cultural del país. Sin embargo, en los últimos años se han visto una creciente desconexión entre la población y los espacios culturales, esto ocurre porque los jóvenes suelen percibirlos como lugares anticuados, poco dinámicos y con propuestas que no se relacionan ni con sus intereses visuales actuales ni con las dinámicas digitales que consumen en su día a día. De acuerdo con el Ministerio de Cultura, en 2022 los museos administrados por el Estado registraron más de 1,6 millones de visitantes, pero la mayor parte eran familias y turistas ocasionales, pero no se vio asistencia de jóvenes de manera constante (Ministerio de Cultura, 2022). Además, el programa "Museos Abiertos" convocó a más de 128 mil visitantes en ese mismo año, aunque la participación del público joven fue mínima (TVPerú, 2022). Un informe del Observatorio de Museos del Perú también mostró que muchos espacios culturales aún enfrentan dificultades para incluir herramientas digitales e interactivas, lo que limita su capacidad de poder atraer a un público más joven (Museos del Perú, 2022). Estos datos no solo demuestran la magnitud de la brecha cultural, sino que también deja en evidencia un riesgo social que no solo reduce la asistencia en un corto plazo, sino que genera un desinterés constante y afectando así la unión social.

Esta brecha cultural se manifiesta en dos partes principales. Primero, la identidad visual aplicada en museos y centros culturales suele mantener sistemas gráficos rígidos, cromáticas antiguas o tipografías que no se destacan, lo que ocasiona una desconexión con los códigos gráficos contemporáneos, mientras que por otro lado, la identidad no visual que no está vinculada a la experiencia integral como recorridos, actividades, tono de comunicación e interactividad, esta se mantiene en gran medida pasiva y con un solo sentido.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Como se muestra en la figura 1, en el Perú, los jóvenes de 18 a 25 años muestran una desconexión que va creciendo hacia los museos y centros culturales, estos jóvenes ven a los museos como tradicionales, poco dinámicos y alejados de sus intereses visuales y digitales,

esta situación se debe principalmente a identidades visuales desactualizadas con sistemas gráficos rígidos, cromáticas antiguas y tipografías poco significativas, además de las experiencias no visuales que limitan la participación juvenil. Teniendo en cuenta las estadísticas según el Ministerio de Cultura, en el 2022 los museos administrados por el Estado recibieron más de 1,6 millones de visitantes, pero en su mayoría fueron familias y turistas ocasionales, no jóvenes con asistencia continua (Ministerio de Cultura, 2022; TVPerú, 2022). Esta baja participación genera no solo un descenso en la asistencia inmediata, sino también un gran desinterés sostenido que debilita la transmisión cultural entre generaciones y compromete la unión social (Museos del Perú, 2022).

Diversas estadísticas oficiales evidencian una baja participación de los jóvenes en museos y espacios culturales, lo que respalda la existencia de una desconexión significativa entre este grupo etario y las propuestas museográficas tradicionales. De acuerdo con el informa Patrimonio Cultural en Cifras 2023 del Ministerio de Cultura, el grupo de jóvenes entre 14 y 19 años representan únicamente el 17.7% de las visitas a museos a nivel nacional, pese a construir un sector amplio de la población, lo que refleja un vínculo limitado con estos espacios culturales (Ministerio de Cultura, 2023). Asimismo, el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática señala que, en 2024, sólo el 7.7% de la población peruana de 14 años a más visitó al menos un museo en los últimos doce meses, lo que demuestra que la asistencia a museos no es una práctica cultural frecuente en el país (INEI, 2024). Esta baja participación juvenil tiene como consecuencia una disminución del sentido del sentido de pertenencia cultural, una menor difusión activa del patrimonio y un debilitamiento de la sostenibilidad cultural y social en el largo plazo, evidenciando la necesidad de plantear soluciones innovadoras desde el diseño gráfico que permitan renovar tanto las identidades visuales como las experiencias culturales, con el fin de reconectar a las nuevas generaciones con su patrimonio.

Debido a esta problemática, el proyecto se vincula de manera directa con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 11 sobre “Ciudades y comunidades sostenibles”, específicamente en la meta 11.4 que busca duplicar los esfuerzos para proteger y sostener el patrimonio cultural (UNESCO, 2015). Desde la disciplina del diseño gráfico, este aporte no se limitaría a conservar físicamente los bienes culturales, sino que plantea la necesidad de

actualizar su identidad visual y no visual como estrategia innovadora para así asegurar la sostenibilidad cultural. Es decir, no solo bastaría con preservar el patrimonio, sino que es importante hacerlo relevante y accesible para las nuevas generaciones con ayuda de un rediseño gráfico que logre conectar con sus lenguajes, sus plataformas y sus formas de participación.

Figura 1

Árbol de Problemas



2.2 Población beneficiaria

Como se muestra en la figura 2, la población más beneficiada está conformada por los jóvenes peruanos entre 18 a 25 años, principales afectados por la desconexión cultural. Este grupo no solo se beneficiaría al tener un mayor acceso a museos y centros culturales, sino también al poder sentirse representado en identidades gráficas modernas que logren conectar

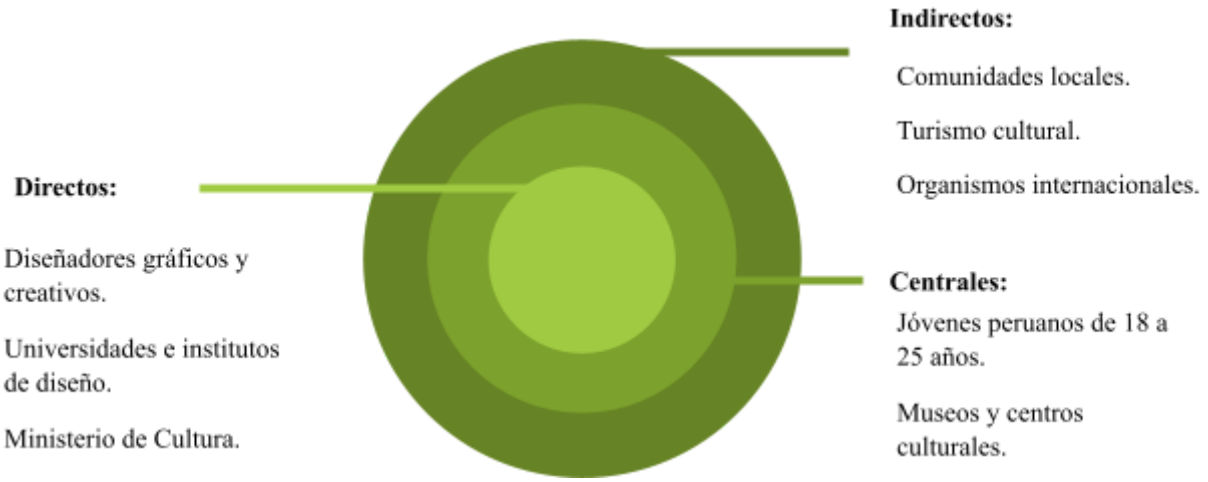
con sus lenguajes contemporáneos. También al participar en experiencias interactivas y actividades culturales diseñadas para ellos, lograrán fortalecer su sentido de pertenencia y convertirse en protagonistas de la transmisión cultural hacia futuras generaciones (Ministerio de Cultura, 2022).

De manera directa intervienen los diseñadores gráficos y creativos, responsables de generar propuestas de branding cultural e innovación visual, las universidades e institutos de diseño, que impulsan proyectos aplicados al patrimonio y el Ministerio de Cultura el cual se encarga de articular políticas públicas y programas como Museos Abiertos.

Su público indirecto serían las comunidades locales, que fortalecen su identidad al integrar a los jóvenes de 18 a 25 años en los espacios culturales, el turismo cultural, que se ve impulsado por una imagen renovadora de los museos, la sociedad en general que gana una unión y orgullo cultural. Además, organismos internacionales como la UNESCO respaldan las estrategias innovadoras de preservación patrimonial, validando la necesidad de actualizar la comunicación cultural como parte de los esfuerzos hacia el ODS 11.4.

Figura 2

Mapa de Actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo general

Desarrollar una propuesta innovadora de identidad visual y no visual para museos y centros culturales en el Perú, que permita a los jóvenes de 18 a 25 años reconectar con su patrimonio cultural, mediante el diseño gráfico participativo, experiencias interactivas y comunicación digital, válida a través de prototipos y pruebas con usuarios durante el periodo de desarrollo del proyecto.

2.3.2 Objetivo específicos

Analizar las percepciones, intereses y hábitos visuales y digitales de 35 jóvenes de entre 18 a 35 años respecto a los museos y centros culturales de Lima Metropolitana, respecto a los museos y centros culturales, identificando los factores de atracción y rechazo, a través de entrevistas aplicadas durante los meses de octubre y diciembre de 2025, con el fin de sustentar el diagnóstico del problema de desconexión juvenil.

Diagnosticar el estado actual de las identidades visuales y experiencias no visuales de al menos tres museos peruanos, mediante el análisis comparativo de sus sistemas gráficos, narrativas y recursos experienciales, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora y actualización desde principios del diseño gráfico.

Diseñar propuestas de identidad visual y no visual para el proyecto Museo Origen, integrando elementos culturales ancestrales reinterpretados mediante códigos actuales y plataformas digitales, a través del desarrollo de prototipos de baja y alta fidelidad, que permitan representar la experiencia museográfica dirigida al público juvenil.

Evaluar el impacto social de la propuesta de diseño en el público juvenil, midiendo el nivel de comprensión, interés, percepción de innovación e intención de asistencia mediante la validación con usuarios, con el propósito de determinar la viabilidad de la propuesta y su potencial de replicabilidad en otros espacios culturales, en concordancia con el ODS 11.4.

2.4 Marco referencial

En Perú, el Museo de Sitio Huaca Pucllana cambió su identidad visual en 2025 como parte de una estrategia para atraer a públicos jóvenes y turistas, demostrando el potencial del rediseño de marca actual y del sistema gráfico en la apreciación hacia su cultura. El proyecto se realizó en colaboración con estudiantes de Toulouse Lautrec e Inhaus, quienes crearon una identidad basada en elementos de la cultura Lima y de la fauna marina, aunque todavía no se han publicado datos oficiales sobre el aumento de visitantes, el cambio ha sido reconocido por medios culturales como un paso clave para hacer el museo más atractivo para audiencias jóvenes, (Museo de Sitio Huaca Pucllana, 2025; Toulouse Lautrec, 2025).Este antecedente deja claro que el rediseño visual puede ser un recurso estratégico para volver a posicionar espacios culturales frente a un público joven, aprendizaje que guía la propuesta de modernizar identidades visuales en museos peruanos.

También está la publicación "Símbolos y Signos del Antiguo Perú en la cultura visual contemporánea" donde se muestra cómo los elementos ancestrales pueden reinterpretarse en lenguajes gráficos actuales, generando nuevas conexiones con las generaciones contemporáneas. Este trabajo refuerza que la incorporación de elementos visuales del pasado en formatos digitales y contemporáneos no solo genera interés estético, sino que también fortalece el vínculo de los jóvenes de 18 a 25 años con su cultura, (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2025)

Un estudio realizado en 2022 sobre jóvenes y museos concluyó que este grupo de personas valora las experiencias interactivas, inclusivas y en especial que estas sean difundidas en redes sociales, lo que deja en claro la importancia de repensar tanto la identidad visual como la no visual para atraer a este público. Los resultados mostraron que los jóvenes prefieren contenidos que les permitan participar, compartir en línea y sentirse parte de una experiencia colectiva, lo que resalta la necesidad de ir más allá de las exposiciones estáticas hacia propuestas inmersivas y con diseño experiencial, (UNESCO, 2022). Este antecedente valida la importancia de generar experiencias participativas y digitales, aprendizaje que fundamenta la propuesta de una identidad cultural más dinámica e interactiva.

A nivel internacional, los museos como Louvre en Francia y el Museo Nacional de Antropología en México han implementado estrategias digitales, experiencias inmersivas y renovaciones visuales que han logrado reducir la falta de interés en los jóvenes y fortalecer su rol como espacios culturales participativos. Por ejemplo, el Louvre potenció su presencia digital a través de campañas en redes sociales que alcanzaron a millones de jóvenes durante la pandemia, mientras que el Museo Nacional de Antropología de México aumentó sus visitantes tras incluir experiencias interactivas y recorridos virtuales, (Musée du Louvre, 2021; Museo Nacional de Antropología, 2022). Ambos casos muestran que la transformación digital y la innovación visual no solo incrementan la asistencia de un público joven, sino que también reforzaría a los museos como espacios inclusivos y relevantes.

Estos antecedentes refuerzan la idea de que la innovación en la identidad visual y no visual es clave para transformar la percepción de los jóvenes frente a los espacios culturales, aportando no solo a su desarrollo social y cultural, sino también a un fortalecimiento de la identidad nacional.

Sin embargo, los casos nacionales e internacionales demuestran que una estrategia basada en diseño actualizado, experiencias interactivas y difusión digital es efectiva para reducir la desconexión juvenil y volver a generar interés cultural hacia los jóvenes. Aun así, se observa la ausencia de procesos de co-creación juvenil en los espacios culturales, lo que da una oportunidad para que el diseño gráfico no solo renueve identidades visuales, sino que también genere experiencias participativas donde los jóvenes se reconozcan como protagonistas culturales.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Como se muestra en la figura 3, el usuario representativo del proyecto en este caso sería Sofía López, una joven de 22 años que vive en Lima, estudiante de Diseño Gráfico en una universidad privada. Sofía tiene una personalidad creativa, curiosa y le gusta aprender de manera constante, en especial si son temas relacionados a la cultura y el arte. Muestra una creciente desconexión con los museos y centros culturales, principalmente porque estos

espacios no se comunican con los lenguajes visuales y digitales con los que ella y su generación se identifican.

Sofía vive con sus padres y un hermano menor, vive dentro de un ambiente que valora la educación y el desarrollo personal. Pasa tiempo con sus amigos que comparten intereses similares, disfruta de los festivales, visitar ferias y visitar exposiciones con propuestas innovadoras. Sin embargo, siente frustración al percibir que muchos museos aún presentan experiencias muy tradicionales, lo que hace que no visite con frecuencia los museos.

Sofía es activa en redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube, estas plataformas las utiliza para informarse e inspirarse de manera visual, también usa Behance y Pinterest para seguir proyectos creativos y actualizarse. Durante su tiempo libre le gusta escuchar música, salir con amigos, visitar exposiciones e ir a eventos culturales. Le llama la atención las atracciones interactivas y visuales que combinan arte, diseño y tecnología.

Sofía necesita sentirse representada en los espacios culturales y busca que estos sean más visuales, inclusivos e interactivos, Le gustaría que los museos incorporen estrategias de comunicación más cercanas, con una identidad más moderna y que esté acorde con las tendencias digitales actuales. También espera que haya campañas gráficas innovadoras y experiencias inmersivas que la motiven a participar y no solo observar. “Siento que la cultura peruana me pertenece, pero los museos no me hacen sentir parte de ella”, este insight resume su deseo de reconectarse con su identidad cultural desde experiencias más actuales, interactivas y emocionales.

Este arquetipo usuario muestra la oportunidad de crear una propuesta cultural renovadora, donde la identidad visual y no visual se actualicen para reconectar con una generación que valora la creatividad y lo interactivo como parte esencial de su vínculo con la cultura.

Como se muestra en la figura 4, Sofía piensa que estos espacios necesitan modernizarse para poder motivar a los jóvenes a reconectar con la cultura peruana, también observa que los museos se ven antiguos, no suelen ser activos en redes sociales y tienen más

contenido informativo que inspirador. Escucha que los museos son aburridos o para adultos, que la comunicación no logra conectar con los jóvenes, Sofía suele buscar experiencias interactivas por medio de redes sociales, además visita museos que tengan diseño, tecnología y propuestas inmersivas.

Sofía siente que falta más innovación en cuanto a la experiencia que brinda los museos, logrando que ella no visite con frecuencia estos espacios, sin embargo, necesita lugares donde se sienta más representada, donde pueda aprender de una manera más visual e interactiva.

Figura 3

Arquetipo Usuario

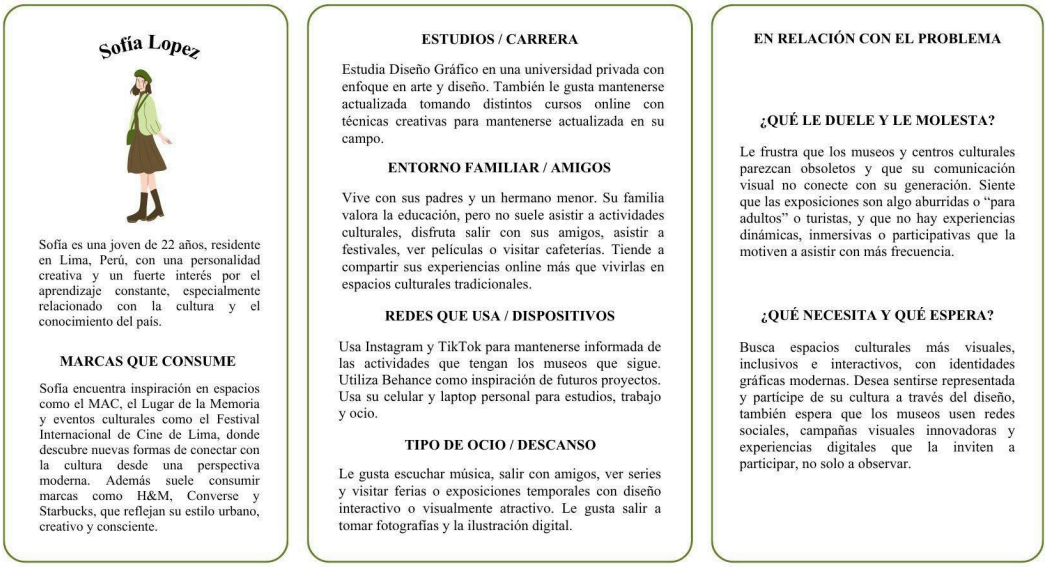
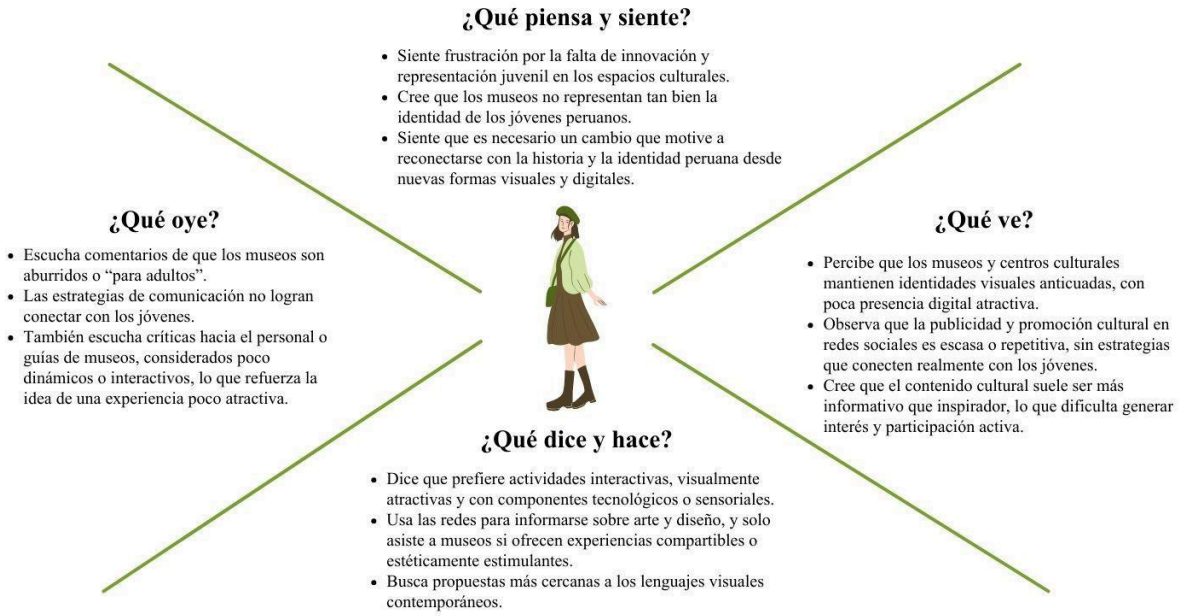


Figura 4

Mapa de Empatía



2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado cultural peruano presenta actualmente una oportunidad significativa de innovación ante la creciente desconexión entre los jóvenes de 18 a 25 años y los espacios culturales tradicionales. Este grupo de jóvenes representa a una gran parte importante de la población económicamente activa, se caracteriza por su interés en experiencias visuales, digitales e interactivas, pero muestra bajos niveles de asistencia a museos y centros culturales. Según el INEI (2023), sólo entre el 15% y el 29% de jóvenes menores de 30 años acuden a museos o galerías, lo que refleja una brecha de oferta cultural a la demanda de experiencias más actuales, interactivas y con identidad visual renovada. Además, el Ministerio de Cultura (2022) muestra cómo a pesar de las iniciativas sigue habiendo un porcentaje un poco bajo de visitantes al año.

Esta situación plantea una oportunidad de mercado para proyectos de rediseño visual y experiencias inmersivas que busquen reconectar a los jóvenes de 18 a 25 años con la cultura peruana. En la actualidad, la mayoría de museos del país mantienen sistemas gráficos tradicionales y estrategias de comunicación centradas solo en públicos adultos o familiares,

dejando de lado iniciativas visuales modernas, digitales y creativas que combinan diseño, tecnología y educación cultural.

Pasando por el lado de la competencia, existen museos y centros culturales que han empezado a innovar parcialmente, como por ejemplo el MALI o el MAC teniendo algunas exhibiciones temporales donde combinan la tecnología con historia, sin embargo, la competencia directa en términos de identidad visual adaptada al público joven sigue siendo limitada. Los esfuerzos de renovación visual o digital en estos espacios aún no logran integrar plenamente la participación juvenil ni la comunicación en redes sociales bajo un enfoque contemporáneo. Es por esto que la propuesta se posiciona como un proyecto con diferenciación clara, incorporando un enfoque de diseño centrado en los jóvenes y en la sostenibilidad cultural.

Se identifican principalmente la falta de financiamiento para proyectos culturales innovadores, la resistencia institucional al cambio en los sistemas visuales tradicionales y la poca implementación tecnológica en los museos, sin embargo, estas barreras pueden superarse con la ayuda de alianzas con instituciones educativas, programas del Ministerio de Cultura o el apoyo de organizaciones internacionales como la UNESCO.

El público objetivo del proyecto serían los jóvenes peruanos de 18 a 25 años, interesados en el diseño, arte, experiencias culturales contemporáneas, modernas y creativas. Este público busca espacios donde se sientan representados, donde puedan aprender e interactuar desde un punto de vista más moderno e interactivo. El alcance esperado es la implementación progresiva de la propuesta en museos de Lima y si es posible, a museos regionales a través de experiencias itinerantes, modulares o eventos universitarios, logrando ampliar así el impacto cultural y educativo a nivel nacional.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Como se muestra en la figura 5, la propuesta fue clasificada como una experiencia de museo interactivo que integra diseño visual, tecnología y recursos sensoriales para transformar la manera en que los jóvenes se relacionan con la cultura peruana. Es una experiencia cultural que combina proyecciones, sonido ambiental, iluminación dinámica y elementos interactivos que permitan al usuario poder sentirse más cerca de la historia. Su

diseño multisensorial busca reconectar a jóvenes de 18 a 25 años con su identidad cultural mediante dinámicas digitales y participativas.

La propuesta tiene un diferencial que se basa en involucrar al diseño gráfico con la participación del público joven, convirtiendo la visita al museo en una experiencia interactiva y digital que además de atractiva es educativa. De esta manera el diseño deja de ser únicamente estético para convertirse en una herramienta de unión cultural.

En cuanto a su contextualización, la propuesta funciona para museos y centros culturales peruanos que buscan renovarse y atraer nuevos públicos, especialmente aquellos que estén interesados en experiencias digitales e interactivas. Finalmente, el concepto central se plantea una experiencia inmersiva que une el diseño, la tecnología y la emoción para reconectar a los jóvenes peruanos de 18 a 25 años con la cultura peruana mediante el uso de recursos sensoriales, digitales y participativos, convirtiendo el museo en un espacio más llamativo donde cada usuario pueda experimentar, aprender y sentirse parte de su cultura.

Como se muestra en la figura 6, el proyecto se clasifica dentro del lado del diseño gráfico aplicado en la gestión cultural, específicamente en la innovación visual y las experiencias dentro del museo y centros culturales. Esta propuesta busca convertir la manera en que los jóvenes peruanos de 18 a 25 años se relacionan con la cultura a través de un enfoque centrado en un diseño interactivo, con más tecnología y con una mayor comunicación visual contemporánea.

Se caracteriza por integrar recursos interactivos, inmersivos y multisensoriales, combinando elementos del diseño, narrativa visual y la experiencia del usuario. Todo esto permite crear un entorno donde los jóvenes no solo observan, sino también pueda interactuar, participar e involucrarse de una manera activa junto a su cultura, generando así una unión entre lo tradicional y lo digital, adaptando el lenguaje visual de los museos a las tendencias que los jóvenes utilizan en su día a día.

Este proyecto surge en un contexto donde los museos peruanos enfrentan una desconexión con los jóvenes de manera creciente, causada por identidades visuales rígidas,

una mínima presencia digital atractiva y experiencias poco interactivas. Es por esto que la propuesta plantea una renovación en el lado visual y de comunicación que acerque la cultura al público joven, ayudando al sentido de pertenencia y ayudando a la sostenibilidad cultural.

Desde el punto de vista del usuario, esta propuesta le permitiría descubrir su cultura de manera cercana y atractiva. Sofía gana un espacio donde se siente representada, donde pueda aprender, interactuar y expresarse, mientras fortalece su sentido de pertenencia cultural. Para ella, una visita a un museo deja de ser tranquila y se convertiría en una experiencia más interactiva y emocionalmente significativa.

La propuesta de valor se centra en ofrecer a los museos y centro culturales una estrategia de rediseño visual y experiencial que permita fortalecer su relación con los jóvenes. Comparado con las estrategias tradicionales, esta iniciativa combina la tecnología interactiva, el diseño gráfico contemporáneo y dinámicas participativas, logrando como resultado experiencias inmersivas que conecten emocionalmente con los visitantes. Su valor diferencial se centra en convertir los espacios culturales en entornos más vivos, inclusivos y sobre todo memorables, donde los jóvenes se reconozcan como parte de la cultura peruana.

Esta propuesta no solo mejoraría el estereotipo de los museos, sino que fomentaría la participación activa y la apropiación cultural, promoviendo la innovación visual como herramienta de sostenibilidad social y cultural.

Figura 5

Ruta de Conceptualización

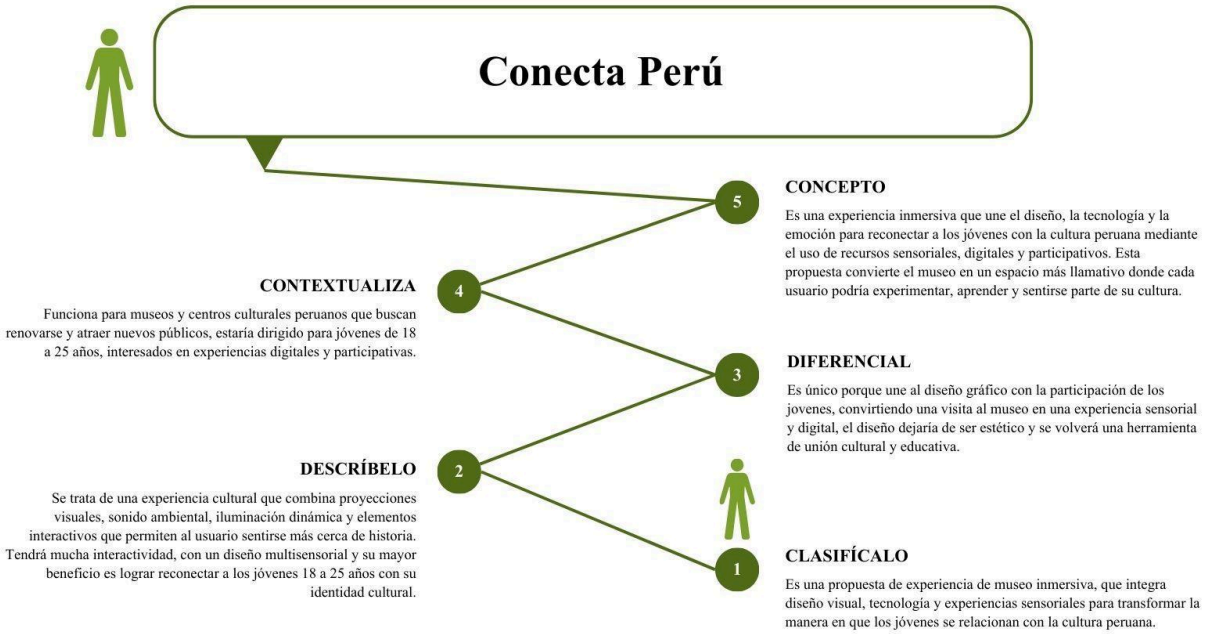
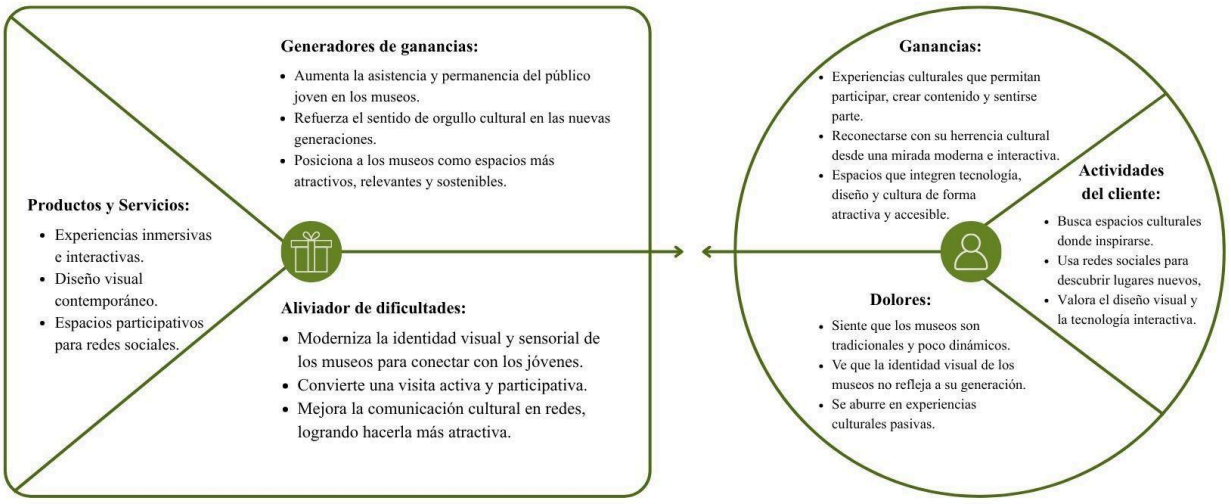


Figura 6

Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

El proyecto Museo Origen propone un servicio cultural basado en experiencias inmersivas e interactivas dentro de museos y centros culturales, orientado a reconectar a los jóvenes peruanos de 18 a 35 años con el patrimonio cultural peruano. La propuesta integra diseño gráfico, tecnología y participación activa, transformando la visita tradicional al museo en un recorrido multisensorial que fomenta la exploración, la interacción y la apropiación cultural.

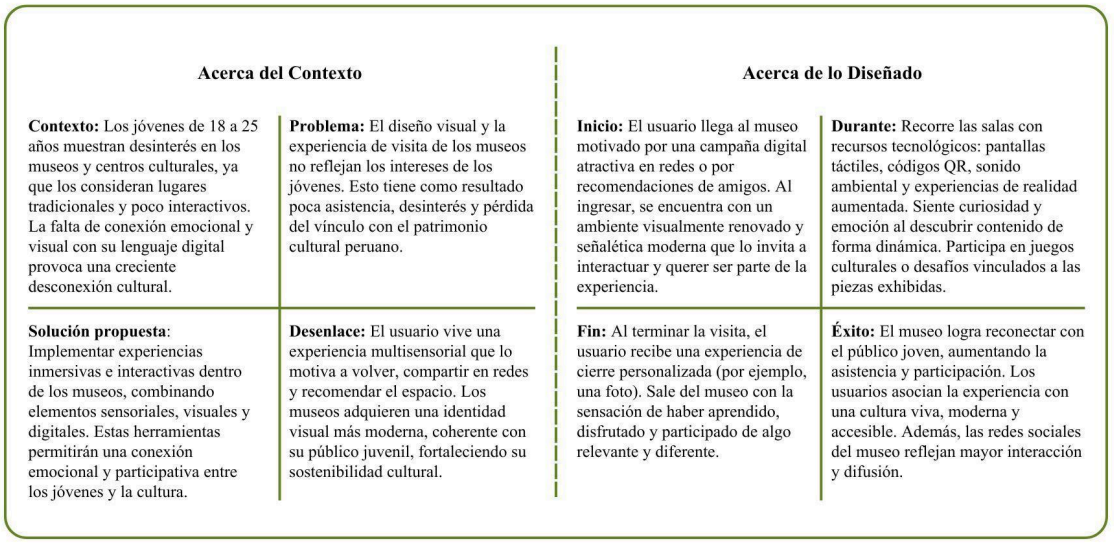
2.5.4.1 Mecánica del servicio

Como se muestra en la figura 7, la experiencia del usuario inicia desde el entorno digital, a través de las redes sociales del museo. Esta etapa busca generar expectativa mediante un lenguaje visual contemporáneo y dinámico, cercano a la comunicación del público joven de 18 a 35 años.

Una vez dentro del museo, el recorrido se desarrolla a través de salas inmersivas diseñadas con proyecciones audiovisuales, iluminación ambiental y recursos sonoros que recrean contextos históricos y culturales. Cada sala incorpora herramientas tecnológicas como pantallas táctiles, realidad aumentada y estaciones interactivas, permitiendo que el usuario no solo observe, sino que participe activamente creando, explorando y reinterpretando los contenidos expuestos.

Figura 7

Tablero UX



Acerca del Contexto		Acerca de lo Diseñado	
Contexto: Los jóvenes de 18 a 25 años muestran desinterés en los museos y centros culturales, ya que los consideran lugares tradicionales y poco interactivos. La falta de conexión emocional y visual con su lenguaje digital provoca una creciente desconexión cultural.	**Problema:** El diseño visual y la experiencia de visita de los museos no reflejan los intereses de los jóvenes. Esto tiene como resultado poca asistencia, desinterés y pérdida del vínculo con el patrimonio cultural peruano.	**Inicio:** El usuario llega al museo motivado por una campaña digital atractiva en redes o por recomendaciones de amigos. Al ingresar, se encuentra con un ambiente visualmente renovado y señalética moderna que lo invita a interactuar y querer ser parte de la experiencia.	**Durante:** Recorre las salas con recursos tecnológicos: pantallas táctiles, códigos QR, sonido ambiental y experiencias de realidad aumentada. Siente curiosidad y emoción al descubrir contenido de forma dinámica. Participa en juegos culturales o desafíos vinculados a las piezas exhibidas.
Solución propuesta: Implementar experiencias inmersivas e interactivas dentro de los museos, combinando elementos sensoriales, visuales y digitales. Estas herramientas permitirán una conexión emocional y participativa entre los jóvenes y la cultura.	**Desenlace:** El usuario vive una experiencia multisensorial que lo motiva a volver, compartir en redes y recomendar el espacio. Los museos adquieren una identidad visual más moderna, coherente con su público juvenil, fortaleciendo su sostenibilidad cultural.	**Fin:** Al terminar la visita, el usuario recibe una experiencia de cierre personalizada (por ejemplo, una foto). Sale del museo con la sensación de haber aprendido, disfrutado y participado de algo relevante y diferente.	**Éxito:** El museo logra reconectar con el público joven, aumentando la asistencia y participación. Los usuarios asocian la experiencia con una cultura viva, moderna y accesible. Además, las redes sociales del museo reflejan mayor interacción y difusión.

2.5.4.2 Características de la sala 1

La primera sala está diseñada como un espacio de introducción inmersiva al recorrido, donde se integran proyecciones visuales, sonido ambiental y mesas táctiles interactivas. A través de estas mesas los visitantes pueden manipular contenidos digitales relacionados con piezas culturales, explorando información histórica de manera dinámica y participativa. La decoración sensorial incluye iluminación tenue, gráficos inspirados en elementos culturales y sonidos ambientales que refuerzan la atmósfera del espacio.

2.5.4.3 Características de la sala 2

La segunda sala se centra en una experiencia auditiva inmersiva mediante cabinas individuales equipadas con audífonos y pantallas táctiles. Los usuarios pueden seleccionar audios descriptivos, relatos históricos o narrativas culturales vinculadas a la temática de la sala, generando una conexión más personal con el contenido. Una pantalla LED de gran formato complementa la experiencia con gráficos estáticos y visuales que refuerzan el contexto histórico, acompañados de una ambientación sonora envolvente y una iluminación controlada.

2.5.4.4 Características de la sala 3

Esta sala incorpora tecnología de Realidad Aumentada aplicada a cuadros históricos expuestos de manera tradicional. Al escanear las obras mediante la cámara de una página web desde sus dispositivos móviles, los visitantes acceden a animaciones digitales y audios explicativos que revelan información adicional sobre la obra, su contexto y significado cultural. La decoración mantiene una estética museográfica clásica combinada con elementos gráficos contemporáneos, creando un contraste entre lo tradicional y lo digital.

2.5.4.5 Características de la sala 4

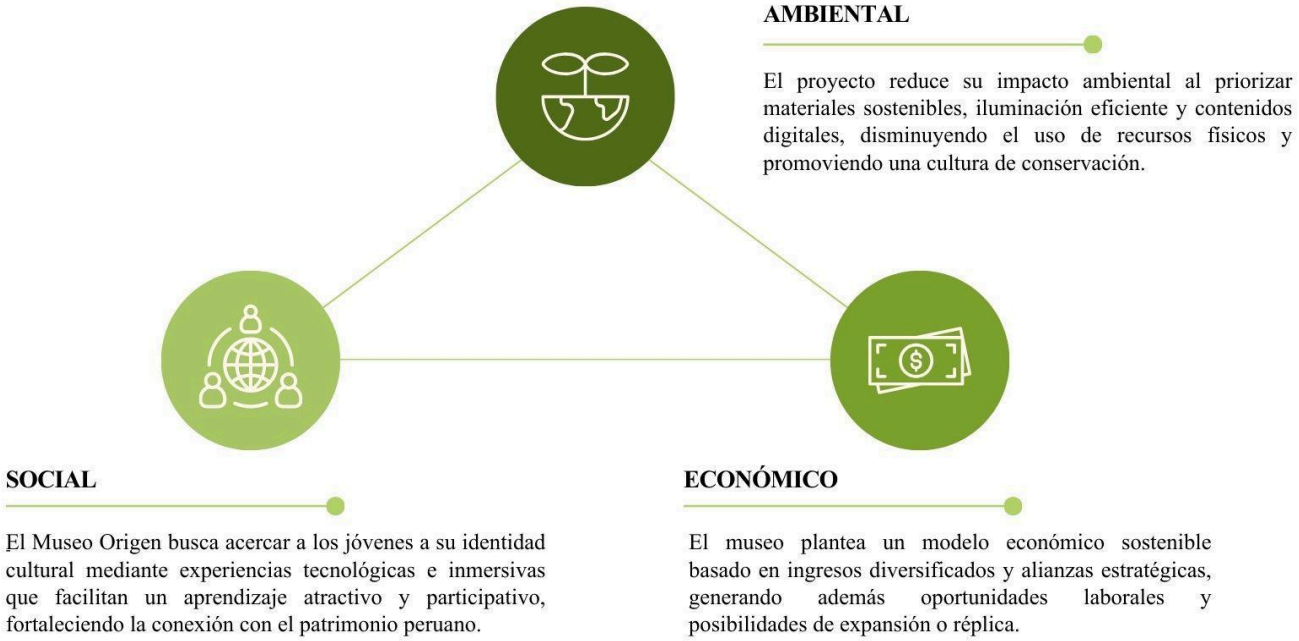
La última sala del recorrido funciona como un espacio de cierre y recuerdo de la experiencia. Cuenta con una pantalla LED interactiva donde los visitantes pueden tomarse fotografías y personalizarlas con elementos gráficos inspirados en la historia y cultura peruana observada durante el recorrido. Las imágenes pueden descargarse mediante un código QR. Además, la sala incluye una zona de fotos ambientada con elementos culturales y un área de merchandising, diseñada con materiales cálidos y decoración sensorial que invita a la pertenencia cultural.

2.5.4.6 Enfoque Triple Balance

Como se muestra en la figura 8, el proyecto incorpora un enfoque de triple balance que integra los aspectos ambiental, social y económico para asegurar una propuesta cultural sostenible y de impacto real. En el plano ambiental, el museo prioriza el uso de materiales sostenibles, sistemas de iluminación eficiente y contenidos digitales que reducen la necesidad de recursos físicos, promoviendo así una cultura de conservación y un menor impacto ecológico a largo plazo dentro de los espacios culturales. Desde el enfoque social, la iniciativa busca acercar a los jóvenes peruanos de 18 a 25 años con su identidad cultural mediante experiencias tecnológicas e inmersivas que fomentan el patrimonio peruano, incentivando la participación activa, el sentido de pertenencia y la aprobación cultural. Finalmente, en el ámbito económico, el museo se desarrolla bajo un modelo sostenible basado en ingresos diversificados y alianzas estratégicas, lo que permite generar oportunidades laborales para profesionales creativos y culturales, así como abrir posibilidades de expansión o réplica del proyecto en otros espacios culturales del país.

Figura 8

Triple Balance



2.5.5 Modelo de negocio

Como se muestra en la figura 9, el modelo de negocio del proyecto se centra en la creación e implementación de experiencias inmersivas e interactivas en museos y centros culturales del Perú. La propuesta combina diseño gráfico, tecnología y sostenibilidad para transformar la manera en que las nuevas generaciones se conectan con su patrimonio cultural, asegurando una experiencia innovadora y económicamente viable.

2.5.5.1 Segmento de usuario

El proyecto está dirigido principalmente a jóvenes peruanos de 18 a 25 años interesados en el diseño, el arte y las experiencias culturales contemporáneas, modernas y creativas. Este segmento se caracteriza por un alto consumo de contenidos digitales, interés por experiencias participativas y afinidad con lenguajes visuales actuales. De manera indirecta, la propuesta también beneficia a museos y centros culturales que buscan modernizar su identidad visual y atraer nuevas generaciones de visitantes.

2.5.5.2 Propuesta de valor

La propuesta busca redefinir la experiencia cultural en los jóvenes, ofreciendo museos más interactivos, modernos y visualmente atractivos a través de entornos inmersivos, multisensoriales y conectados digitalmente, los usuarios podrían interactuar, aprender y sentirse representados en los espacios culturales. El valor diferencial se basa en convertir al museo en un espacio vivo y participativo, donde el diseño, la tecnología y la identidad peruana se integran en una experiencia significativa y memorable.

2.5.5.3 Canales

La comunicación y difusión sería por medio de redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube, además se establecerán alianzas con universidades, institutos y marcas culturales para la promoción de eventos presenciales y actividades culturales, además de colaboración con influencers culturales y educativos.

2.5.5.4 Relación con los clientes

Se construiría una relación cercana con los usuarios mediante experiencias personalizadas, participación en dinámicas digitales, campañas visuales atractivas y la creación de espacios de retroalimentación donde los jóvenes puedan compartir sus opiniones y contenidos en redes sociales, fortaleciendo el vínculo emocional con el proyecto. Esta interacción constante permite generar una comunicación cultural activa y mantener una relación a largo plazo con el público joven.

2.5.5.5 Fuente de ingresos

El modelo económico del proyecto contempla diversas fuentes de ingreso que aseguren sus sostenibilidades y reducen la dependencia de fondos externos. Entre ellas se encuentra la venta de entradas a las experiencias inmersivas, como principal fuente directa, complementada por alianzas estratégicas con museos y marcas patrocinadoras interesadas en vincularse con el público juvenil. Asimismo, se considera la comercialización de merchandising cultural moderno y de edición limitada, inspirado en las salas y contenidos del museo, así como la oferta de servicios de diseño y consultoría visual para otras instituciones culturales que busquen renovar su identidad o experiencia museográfica. De manera adicional, el proyecto incorpora talleres y eventos temáticos, lanzamientos culturales o el

alquiler de espacios para actividades artísticas y educativas, generando ingresos complementarios y constantes a lo largo del tiempo.

2.5.5.6 Recursos clave

Entre sus recursos clave destacaría la tecnología interactiva como proyectores, pantallas táctiles y códigos QR, los espacios museográficos y un presupuesto destinado a producción audiovisual, diseño gráfico y promoción digital. El desarrollo del proyecto se plantea en fases, una fase inicial de implementación piloto en un museo, una fase de optimización basada en retroalimentación de usuarios y una fase de escalabilidad que permita replicar la propuesta en otros museos del país, adaptándola a sus contextos y recursos.

2.5.5.7 Actividades clave

El desarrollo del proyecto Museo Origen se estructura en cuatro fases, cada una compuesta por actividades clave específicas que permiten el crecimiento progresivo y sostenible de la propuesta, en coherencia con el enfoque escalonado del modelo de negocio.

La primera fase está orientada al diseño y conceptualización inicial de las experiencias inmersivas. En esta etapa, las actividades clave incluyen la investigación cultural y conceptual, el diseño UX/UI de las experiencias, la creación de recursos de bajo costo como códigos QR y realidad aumentada en salas de museos ya existentes. Asimismo, se considera la producción de material gráfico y merchandising básico, junto con la validación de la experiencia mediante pruebas con usuarios, lo que permite evaluar la claridad y efectividad de la propuesta.

La segunda fase se centra en la implementación tecnológica y mejora de la experiencia sensorial. Las actividades clave de esta etapa comprenden la producción de contenido audiovisual más desarrollado, el diseño de experiencias sonoras inmersivas, la adquisición e instalación de pantallas interactivas, audífonos especializados y otros recursos tecnológicos que refuercen la narrativa del museo. Esta fase busca incrementar el nivel de inmersión del visitante y fortalecer el valor diferencial de Museo Origen frente a propuestas museográficas tradicionales.

La tercera fase corresponde a la expansión de la infraestructura interactiva. En esta etapa las actividades clave incluyen el diseño y desarrollo de mesas táctiles interactivas, la programación de software especializado, la construcción de zonas escenográficas como espacios fotográficos inmersivos y la integración de estos elementos dentro del recorrido museográfico. Estas acciones permiten consolidar una experiencia participativa, educativa y visualmente atractiva, fomentando la interacción activa del usuario y la difusión orgánica del proyecto.

La cuarta fase está orientada a la consolidación y posicionamiento del Museo Origen como una propuesta cultural inmersiva sostenible. Las actividades clave incluyen el desarrollo de una curaduría y museografía integral, la implementación de tecnología inmersiva avanzada, la capacitación de personal para soporte técnico y mediación cultural, así como la ejecución de campañas de difusión digital orientadas al lanzamiento de taller y experiencias. Además se espera la gestión de alianzas estratégicas con instituciones culturales, educativas y marcas, con el fin de fortalecer la promoción, sostenibilidad y proyección del proyecto en el largo plazo.

2.5.5.8 Socios clave

El proyecto cuenta con socios estratégicos como el Ministerio de Cultura del Perú, los museos y centros culturales, universidades e institutos como podrían ser PUCP, UPC y Toulouse Lautrec, las empresas tecnológicas y de innovación, además de las marcas culturales y patrocinadores privados interesados en el público joven. Estas alianzas permiten compartir recursos, ampliar el alcance del proyecto y facilitar su implementación y réplica.

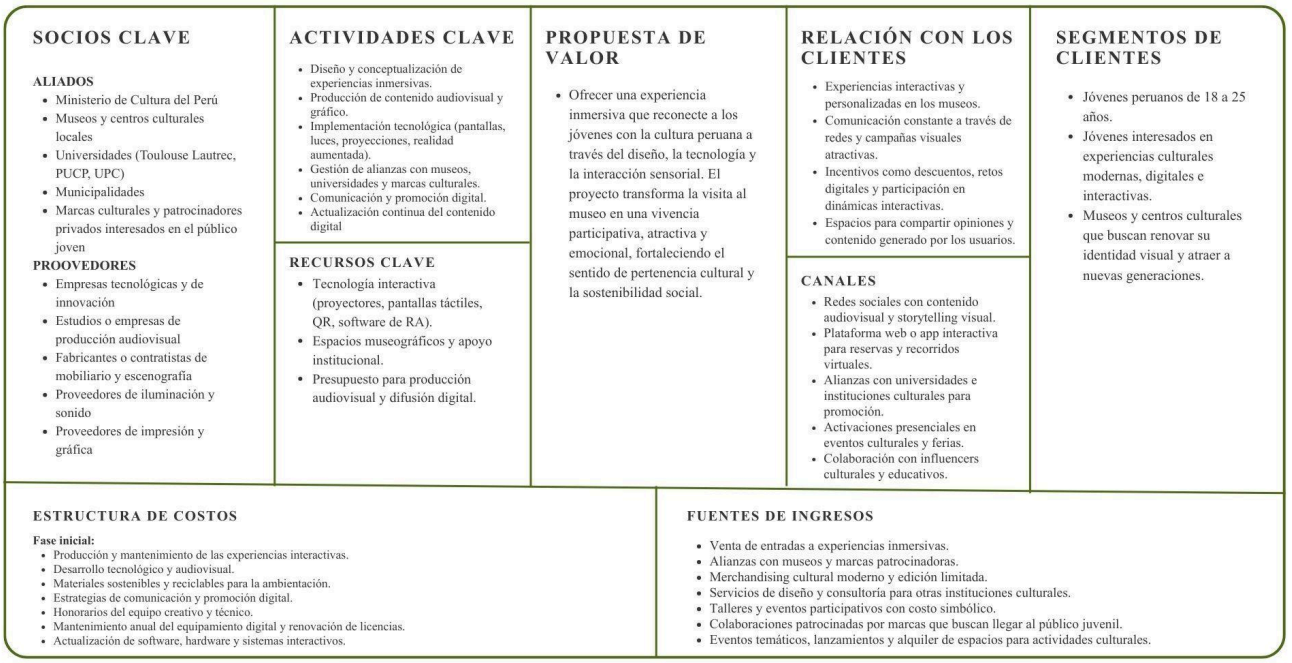
2.5.5.9 Estructura de costos

La estructura de costos se plantea de manera progresiva, distribuida en cuatro fases que permiten una implementación controlada y escalable. En la fase inicial, los principales costos están vinculados al desarrollo de experiencias interactivas básicas, la producción audiovisual, el uso de materiales sostenibles para la ambientación y honorarios del equipo creativo y técnico, lo que permite validar la propuesta con una inversión accesible estimada en S/ 27,000. La segunda fase considera costos asociados a la implementación tecnológica especializada, como pantallas interactivas, sistemas de audio inmersivo, producción

audiovisual avanzada y su respectiva instalación técnica, con una inversión de S/ 33,000, orientada a mejorar la calidad sensorial de la experiencia. En la tercera fase, los costos se concentran en la infraestructura interactiva, incluyendo mesas táctiles, desarrollo de software especializado y construcción escenográfica de espacios inmersivos, lo que implica una inversión mayor estimada en S/ 71,000, acorde al nivel de complejidad tecnológica y física del proyecto. Finalmente, la cuarta fase contempla costos relacionados con la consolidación del museo, tales como curaduría y museografía integral, implementación de tecnología inmersiva avanzada, capacitación de personal para soporte técnico y mediación cultural, así como acciones iniciales de marketing digital, con un presupuesto aproximado de S/ 44,200, asegurando la sostenibilidad del proyecto conforme pase el tiempo.

Figura 9

Modelo de Negocio



2.5.6 Resultados esperados

Se espera que los museos y centros culturales logren incrementar significativamente su nivel de interés, participación y en la asistencia del público juvenil con la ayuda de esta propuesta. Una vez esté en funcionamiento, esta experiencia interactiva permitirá que los

visitantes no solo observen, sino que vivan la cultura de forma activa, emocional y más cercana a ellos, generando así un vínculo más fuerte con su identidad.

Se planea que los museos renueven su percepción pública, pasando de ser espacios tradicionales y tranquilos a lograr convertirse en un entorno más dinámico, atractivo y relevante para las nuevas generaciones. Se espera como resultado un aumento de jóvenes en los museos, una mayor interacción en redes sociales, crecimiento de la comunidad digital y una mejor valoración del patrimonio cultural. En cuanto al nivel institucional, los museos podrán fortalecer su posicionamiento, atraer alianzas estratégicas y ampliar su propuesta educativa, cultural y visual. A nivel social se espera un impacto positivo en la construcción de identidad cultural juvenil, impulsando la sostenibilidad cultural y fomentando la participación activa en iniciativas culturales.

El resultado esperado es que los jóvenes peruanos de 18 a 25 años vuelvan a ver los museos como espacios atractivos y modernos, logrando así una conexión cultural buena, memorable y sostenible.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El prototipo de baja fidelidad se desarrolló en base a un plano de un proyecto de expansión del MALI, es de este plano del cual se toma inspiración para recrear los espacios y modificar algunos de estos. El prototipo presenta un recorrido dividido en cuatro espacios temáticos, entre ellos estaría reflejado de una manera moderna la historia Precolombino, Colonial, Moderna y Republicano, el prototipo cuenta con experiencias como proyecciones, salas con audios descriptivos y sonidos ambientales, además de pantallas táctiles, mesas interactivas y pantallas LED que permitirá ver la historia del Perú de una manera más moderna, este prototipo permite ver la funcionalidad del recorrido y el tipo de tecnología interactiva que se podría incorporar logrando una experiencia interactiva e inolvidable para el usuario.

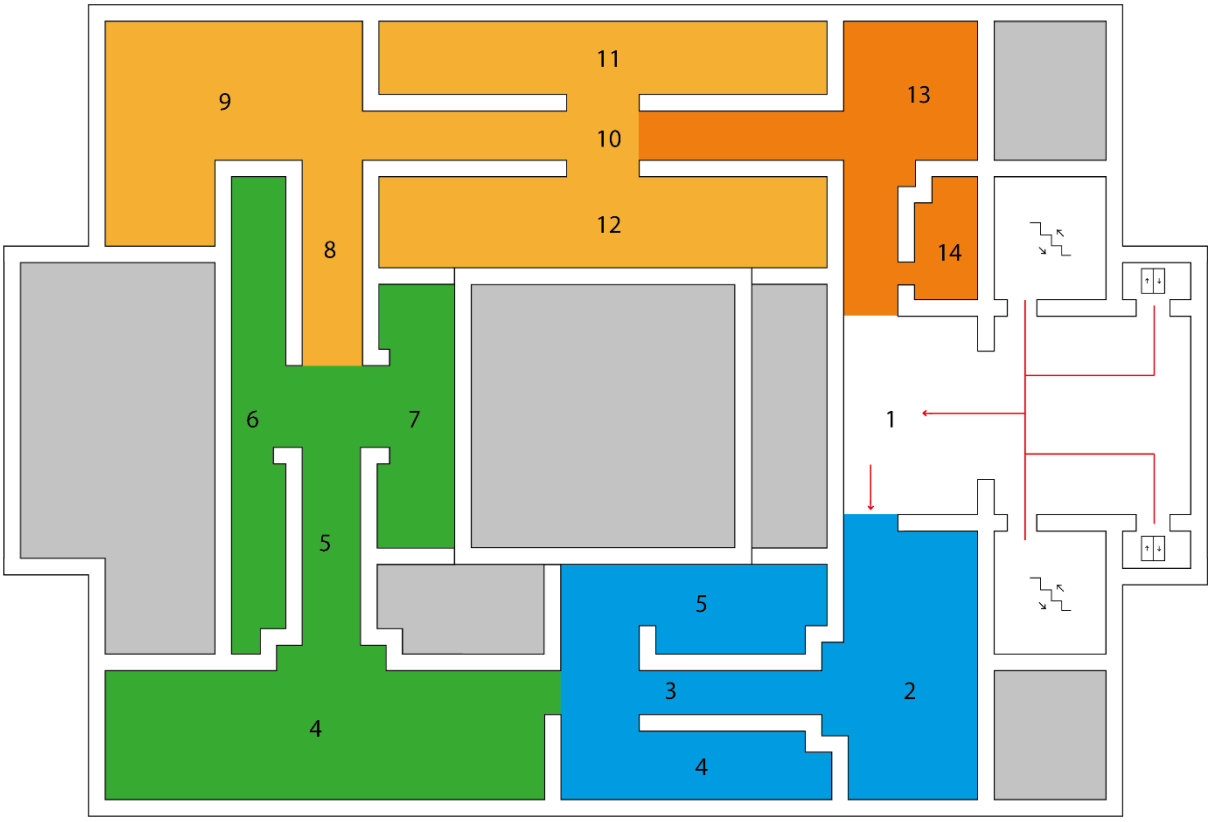
Este prototipo fue realizado con la ayuda de herramientas de ideación, Scamper, Tablero UX y Ruta de Conceptualización, logrando como resultado la experiencia ideal para el punto de vista nuestro usuario, Sofía. Se diseñaron bocetos de manera digital en Adobe

Illustrator de cómo se verían algunos de estos espacios, además de como iniciaría el recorrido dentro de esta experiencia.

Primero se realizó el boceto del museo que se usaría de referencia, en este caso se usó de guía el MALI, en este boceto se muestra las diferentes salas numeradas, guía del inicio del recorrido, zona de escaleras y ascensores. Además, cuenta con cuatro diferentes secciones diferenciadas por un color, el celeste representando la zona de historia Precolombino, el verde representando a la historia Colonial, el amarillo representando al lado Republicano y el anaranjado el arte Moderno (ver Figura 10).

Figura 10

Mapa General del Museo



2.5.7.1 Prototipo de Baja Fidelidad

Los prototipos de baja fidelidad del proyecto Museo Origen se desarrollaron con el objetivo de explorar y definir la estructura general de la experiencia museográfica, estableciendo en una primera instancia la distribución de las salas, el orden del recorrido, la jerarquía de los elementos y los tipos de interacción propuestos. Estos prototipos permitieron visualizar cómo el usuario se desplaza dentro del espacio, qué elementos tecnológicos se integran en cada sala y cómo se organiza la experiencia inmersiva a lo largo del recorrido.

Para su elaboración, se utilizó la herramienta Adobe Illustrator, permitiendo representar los elementos de forma simplificada mediante bocetos digitales, sin énfasis en detalles estéticos como color, texturas o acabado final. En esta etapa se trabajó principalmente con formas básicas, diagramas, íconos y referencias visuales, priorizando la comprensión funcional del espacio por encima del aspecto visual. Asimismo, se consideraron elementos como la ubicación de pantallas, mesas táctiles, zonas de interacción, áreas de circulación y puntos de pausa dentro de las salas.

La finalidad de los prototipos de baja fidelidad fue evaluar la claridad de la propuesta, identificar posibles problemas de organización espacial y validar si la experiencia planteada era comprensible para los usuarios antes de avanzar a etapas de mayor desarrollo visual. Gracias a estos prototipos se pudo realizar ajustes tempranos en la disposición de los elementos y en la lógica del recorrido, mejorando el diseño general del museo y sirviendo como base para el desarrollo posterior de los prototipos de alta fidelidad (ver Figura 11).

Figura 11

Primera sala: Mesas táctiles y audio inmersivo

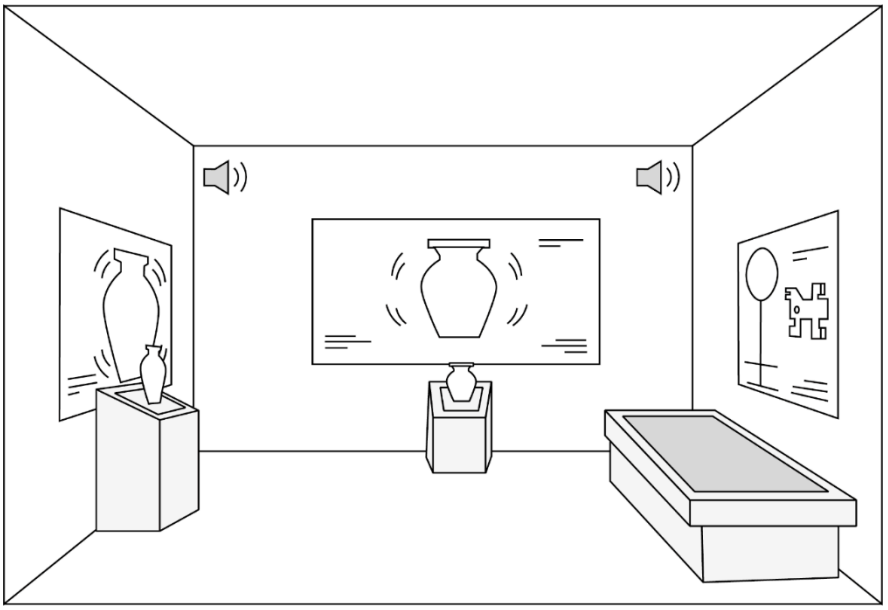


Figura 12

Segunda sala: Experiencia inmersiva con sonido 3D

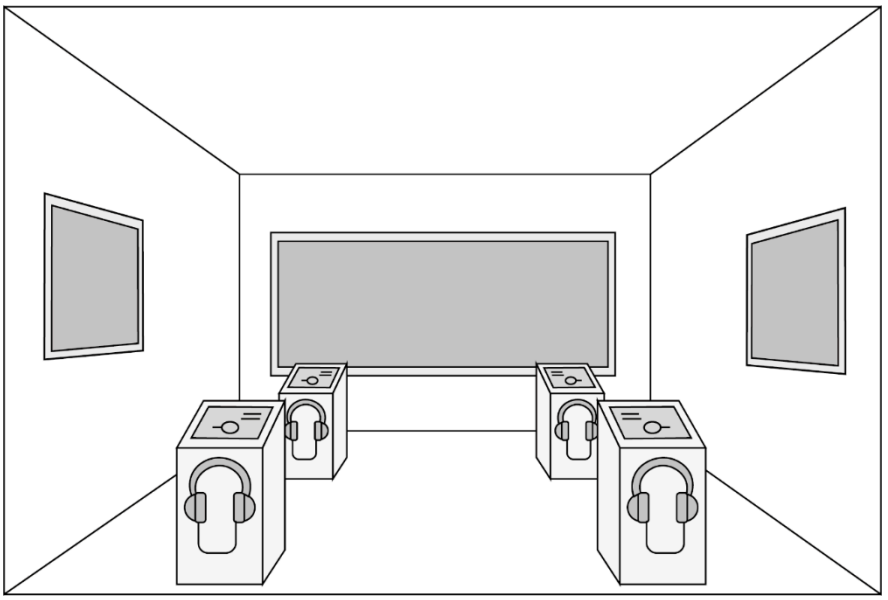


Figura 13

Tercera sala: Cuadros con Realidad Aumentada

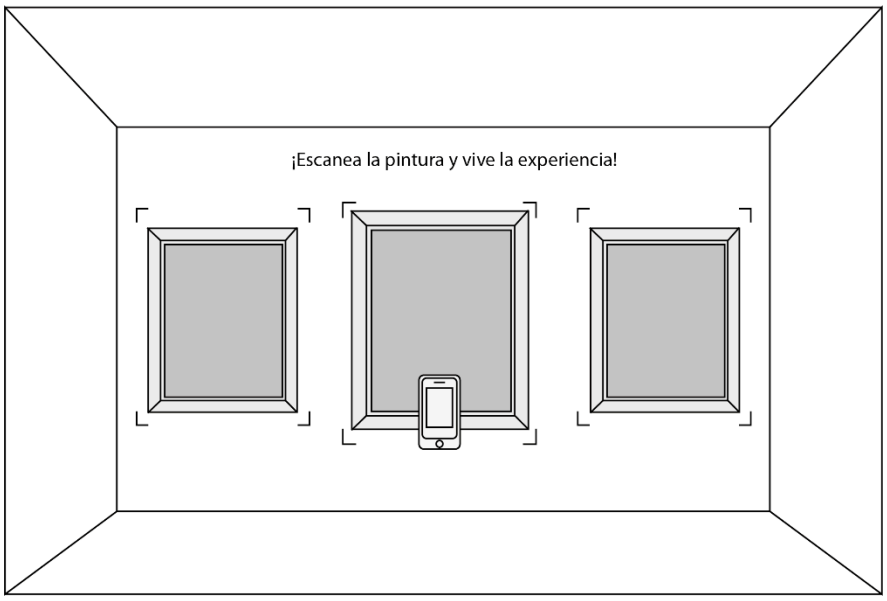
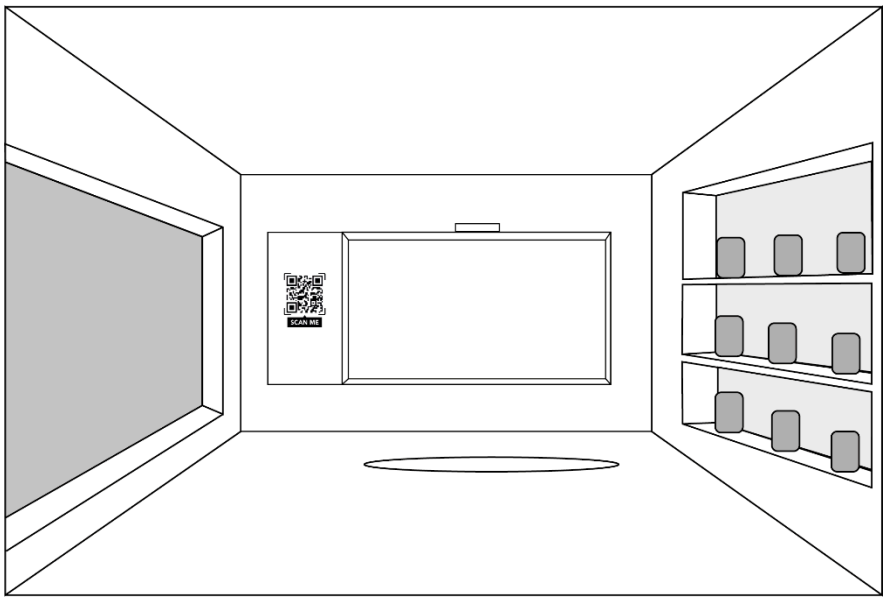


Figura 14

Cuarta sala: Zona de fotos y merchandising



2.5.7.2 Prototipo de Alta Fidelidad

Los prototipos de alta fidelidad del proyecto se desarrollaron con la finalidad de definir y validar los aspectos visuales y sensoriales de la experiencia museográfica, una vez establecida la estructura general del recorrido. A diferencia de los prototipos de baja fidelidad, esta etapa se centró en la representación más precisa del entorno, permitiendo evaluar la aplicación de colores, texturas, materiales y proporciones de los elementos en relación con el espacio de cada sala.

Para la elaboración de estos prototipos se trabajó con mayor detalle visual y cuidando la coherencia gráfica con la identidad del proyecto, en esta fase se definieron paletas cromáticas, tratamiento de superficies, tamaños de los elementos interactivos y su integración visual dentro del entorno museográfico, considerando cómo estos recursos influyen en la percepción del usuario y en la atmósfera inmersiva del museo.

El propósito principal de los prototipos de alta fidelidad fue verificar la viabilidad visual y estética de la propuesta, así como anticipar la experiencia final del visitante. Estos prototipos permitieron evaluar si los colores y texturas reforzaban el concepto cultural del museo, si las dimensiones de los elementos resultaban adecuadas para la interacción y si la composición visual de las salas facilitaba una experiencia clara, atractiva e intuitiva. De esta manera, los prototipos de alta fidelidad funcionaron como una herramienta clave para afinar decisiones de diseño antes de una posible implementación real del proyecto (ver Figura 15).

Como se muestra en la figura 19, el checklist de prototipado demuestra que la propuesta cumple con todos los criterios de un prototipo, se aprecia que el prototipo da forma al concepto y permite experimentar con la propuesta por medio de las salas interactivas. También se ve lo que es relevante para los usuarios, ya que el diseño se construye a partir de los hallazgos obtenidos en las encuestas y el mapa de empatía, lo que permite validar con terceros y comprobarlo para el público joven. El prototipo sirve para mostrar lo que se puede hacer en esta experiencia, facilitando la comprensión del proyecto, además de lograr evaluar de forma rápida y compartir con el público joven para obtener comentarios y mejoras.

Figura 15

Primera sala: Mesas táctiles y audio inmersivo

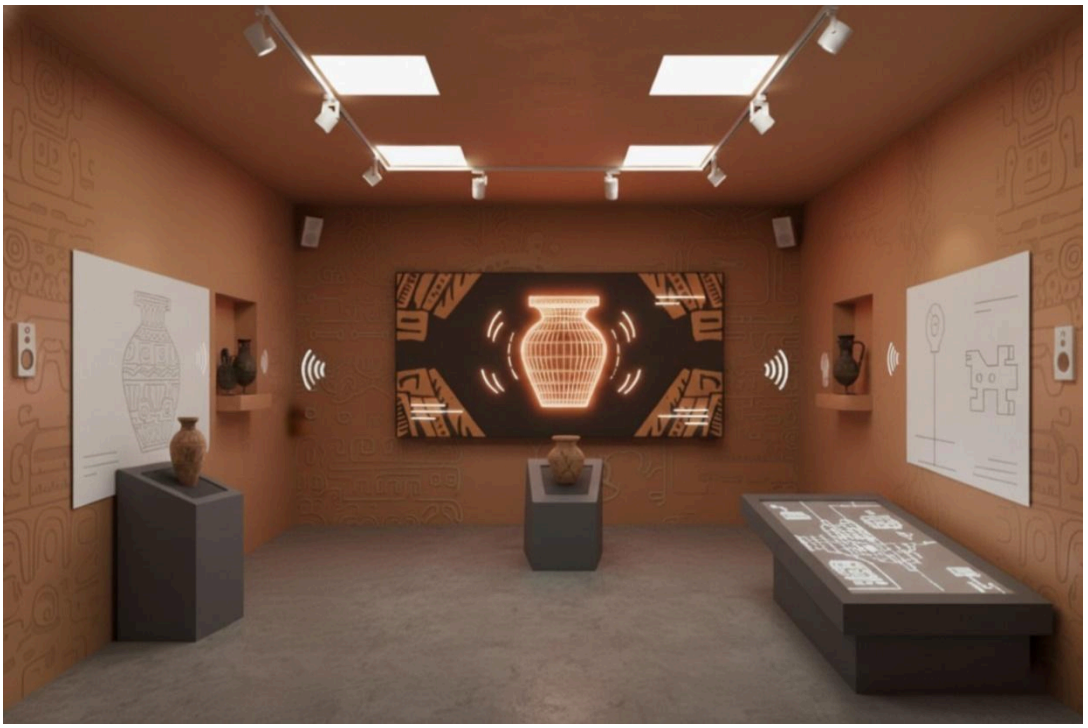


Figura 16

Segunda sala: Experiencia inmersiva con sonido 3D

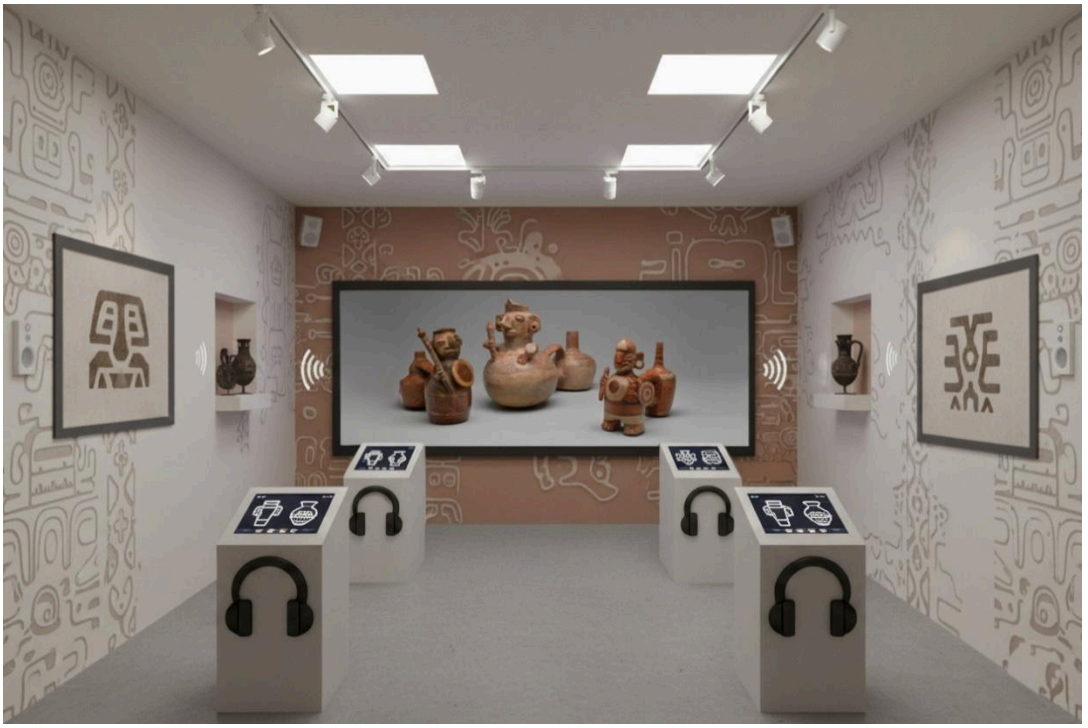


Figura 17

Tercera sala: Cuadros con Realidad Aumentada

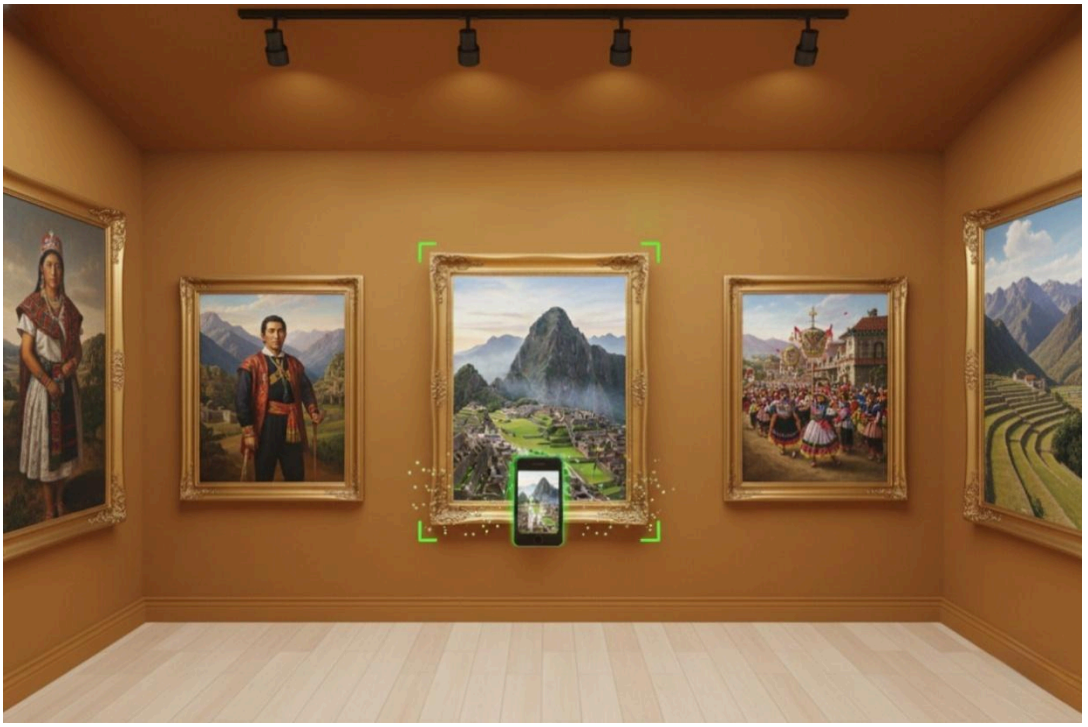


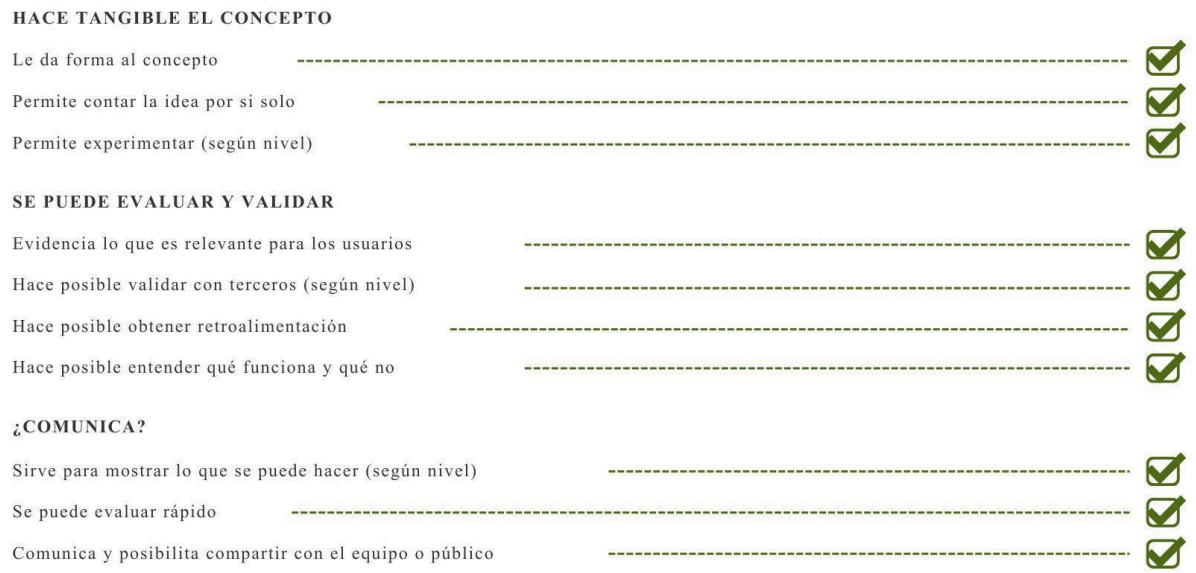
Figura 18

Cuarta sala: Zona de fotos y merchandising



Figura 19

Checklist de prototipado



2.5.8 Experimentos

Como parte del proceso de validación del proyecto Museo Origen, se desarrolló una etapa de experimentación basada en encuestas dirigidas a un público juvenil, con el objetivo de comprender su relación actual con los museos, por medio de estas encuestas se permitió recoger información relevante para sustentar tanto el diagnóstico del problema como la validación de los prototipos diseñados.

Se realizó una primera encuesta en el mes de octubre y contó con un total de 16 respuestas. Su propósito principal fue identificar el nivel de desconexión del público joven con los museos de Lima Metropolitana, explorando percepciones relacionadas con el interés, la frecuencia de visitas y las razones que influyen en la baja participación juvenil en estos espacios culturales. Los resultados evidenciaron una percepción generalizada de los museos como espacios poco atractivos, tradicionales y distantes, lo que permitió confirmar la existencia de una brecha entre las propuestas museográficas actuales y las expectativas del público joven. Esta información resultó clave para sustentar la necesidad de una propuesta inmersiva, interactiva y culturalmente significativa como Museo Origen (ver Anexo 1).

La segunda encuesta se llevó a cabo en el mes de noviembre y contó con un total de 36 encuestados, teniendo como objetivo evaluar el funcionamiento de los prototipos de alta fidelidad, así como la percepción del público frente a la propuesta de Museo Origen. Los resultados evidenciaron una correcta comprensión de la experiencia planteada, ya que el 100% de los encuestados afirmó entender la propuesta, lo que confirma que los prototipos comunican de manera clara el tipo de interacción, los recursos digitales y la experiencia inmersiva del museo. Asimismo, un 91.7% de los usuarios indicó no presentar confusiones, registrándose solo dudas puntuales relacionadas principalmente con aspectos estéticos o de implementación, como el uso específicos de algunos dispositivos, lo que reafirma la claridad general del planteamiento.

En relación con el nivel de interactividad, el 94.4% de los participantes calificó la propuesta con la puntuación más alta, mientras que el porcentaje restante la valoró con un nivel alto, lo que demuestra que las experiencias digitales, táctiles y audiovisuales cumplen con el objetivo de involucrar activamente al usuario. Respecto a las salas más atractivas, destacaron las Mesas Táctiles de Reconstrucción, seguidas por los audiolibros inmersivos y los cuadros con realidad aumentada, confirmando que los usuarios valoran especialmente las experiencias participativas y didácticas dentro de los museos. Esta preferencia se refuerza al identificar que los principales motivos de elección estuvieron relacionados con la posibilidad de interactuar, aprender de forma dinámica y conectarse con la cultura a través de narrativas audiovisuales innovadoras (ver Anexo 2).

Por otro lado, la encuesta permitió validar el enfoque educativo digital del proyecto, ya que el 100% de los encuestados manifestó interés en aprender mediante herramientas digitales, resaltando el uso de pantallas LED, mesas interactivas, realidad aumentada y recursos sonoros como los elementos tecnológicos de mayor impacto. Finalmente, los resultados confirman que la propuesta logra captar al público juvenil, con un 94.4% de respuestas positivas respecto a su capacidad de atraer a jóvenes, además de una intención de asistencia del 86.1%, evidenciando un alto interés en visitar Museo Origen una vez implementado. Este proceso permitió identificar tanto los elementos que funcionan adecuadamente como oportunidades de mejora, aportando insumos clave para el refinamiento de la propuesta final (ver Anexo 2).

Como se muestra en la figura 21, el prototipo desarrollado tuvo como objetivo validar de forma rápida y efectiva cómo se verían y funcionarán las experiencias interactivas en el museo, identificando qué elementos conectan mejor con los jóvenes y evaluando su claridad usabilidad e impacto. Se planteó la hipótesis de que los usuarios mostrarían mayor interés en visitar un museo con experiencias tecnológicas, exploraría activamente las salas, interactuarían con los recursos digitales, se sentirían representados con su cultura y recomendarían la experiencia, contribuyendo así a una mayor asistencia juvenil. Para comprobarlo, se realizó un experimento con 36 encuestados mediante una encuesta dividida entre los datos personales, evaluación de prototipos e interés en la propuesta, lo que permitió observar cómo se interpretaban las salas y que elementos generaban mayor interés. Las métricas evaluadas incluyeron el interés de cada sala, la claridad del recorrido, la atracción de los elementos digitales, la intención de visita y la retroalimentación general, además de probar interacciones como los QR, mesas táctiles y contenidos audiovisuales.

Entre las lecciones aprendidas, se concluye que los jóvenes de 18 a 25 años valoran interacciones claras y visuales, que las experiencias inmersivas funcionan siempre que exista equilibrio entre información y entretenimiento, además de que es necesario reforzar la identidad visual moderna, aumentar el dinamismo sensorial en algunas salas e incorporar retroalimentación continua para mantener la propuesta alineada con los intereses del público.

Figura 20

Tabla Receptora

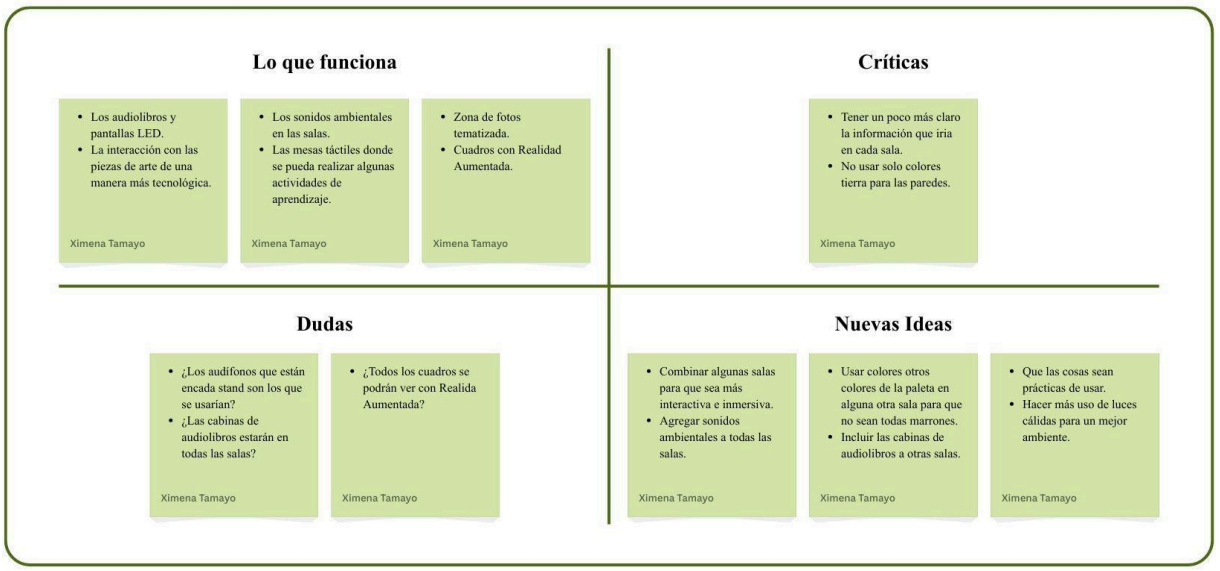


Figura 21

Experimentación Ágil



Objetivo del Prototipo

Experimentar, contar la idea, obtener retroalimentación, probar, validar, etc.

El objetivo de los prototipos desarrollados es validar de manera rápida y efectiva cómo se verían y funcionarían las experiencias interactivas dentro del museo, permitiendo identificar qué elementos conectan mejor con el público joven. A través de estos bocetos y representaciones iniciales, se busca probar ideas clave, evaluar su claridad, usabilidad e impacto, además de recoger retroalimentación temprana que permita mejorar la propuesta antes de pasar a una versión final.

Figura 22

Experimentación Ágil



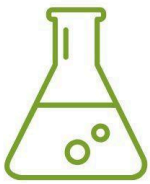
Hipótesis

¿Qué pasará cuando la propuesta entre en contacto con el usuario/mercado?, ¿Qué harán los usuarios?

- Los usuarios muestren mayor interés en visitar museos debido a la presencia de experiencias tecnológicas y visuales.
- Exploren las salas y interactúen con los recursos digitales.
- Se sientan representados y conectados emocionalmente con su identidad cultural.
- Recomienden el museo a amigos o familiares, aumentando el alcance orgánico.
- El museo registre mayor asistencia juvenil y participación activa dentro del recorrido.

Figura 23

Experimentación Ágil



Experimentos

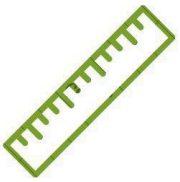
Diferentes interacciones con el usuario en medios físicos o digitales.

Se realizó una encuesta dividida en tres secciones: datos personales, prototipos de alta fidelidad y el interés en la propuesta. Fueron 36 encuestados durante el experimento.

- Probar la interacción de las salas mostradas.
- Probar las interacciones digitales (escaneo QR, mesas interactivas, filtros de RA).
- Testear contenido audiovisual con diferentes estilos visuales dirigidos a jóvenes.
- Observar cómo los usuarios navegan el recorrido propuesto y qué elementos captan más su atención.

Figura 24

Experimentación Ágil



Métricas

Medir es importante para tomar decisiones. Por ejemplo, el número de personas que hemos logrado que se interesen en nuestra propuesta y que podemos convertir en usuarios, cantidad de registros, frecuencia de uso o compra, etc.

- Interés en las salas que llaman más la atención.
- Nivel de claridad con los visitantes al entender todas las salas y el uso de estas.
- Interés en los elementos de las salas.
- Demostración de interés en visitar el museo una vez sea lanzado de manera oficial.
- Retroalimentación y sugerencias sobre el diseño o distribución de las salas.

Figura 25

Experimentación Ágil



Lecciones Aprendidas

Aplica los aprendizajes de la experiencia y mejora la propuesta de manera interactiva.

- Los jóvenes valoran interacciones claras, visuales y rápidas, por lo que los elementos deben ser intuitivos.
- Las experiencias inmersivas son efectivas, pero es necesario equilibrar información y entretenimiento.
- Se deben reforzar los elementos de identidad visual moderna para que los jóvenes se sientan representados.
- Algunas salas requieren mayor dinamismo sensorial (luces, sonido, actividades).
- Es importante incorporar retroalimentación continua para alinear la propuesta con los intereses reales del público juvenil.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Museo Origen es una solución innovadora que transforma la visita tradicional a los museos en una experiencia inmersiva, interactiva y multisensorial diseñada para reconectar a jóvenes de 18 a 25 años con la identidad cultural del Perú. Su propuesta de valor integra diseño visual contemporáneo con recursos tecnológicos como mesas táctiles, proyecciones envolventes, sonido inmersivo, realidad aumentada y zonas participativas de fotos y merchandising, permitiendo que los visitantes aprendan mediante interacción directa, exploración y emoción. La propuesta responde a la necesidad de actualizar las dinámicas museográficas tradicionales, adaptándolas a los lenguajes digitales y a los hábitos actuales de consumo cultural del público juvenil.

El modelo de negocio se sustenta en alianzas estratégicas con el Ministerio de Cultura, museos, universidades y empresas tecnológicas, lo que garantiza la viabilidad operativa y financiera del proyecto. Los ingresos proyectados provienen de la venta de entradas a la experiencia inmersiva, servicios de consultoría visual y diseño para instituciones culturales, talleres educativos, venta de merchandising cultural y patrocinadores privados interesados en el público joven. Este enfoque permite sostener el proyecto a largo plazo y replicarlo en otros espacios culturales del país.

La sostenibilidad de Museo Origen se fundamenta en un enfoque de triple balance. En el plano social, el proyecto fortalece el vínculo de los jóvenes peruanos de 18 a 25 años con su patrimonio cultural, incrementa su participación en espacios culturales y genera oportunidades de aprendizaje significativo. En el plano ambiental, prioriza el uso de materiales sostenibles, sistemas de iluminación eficiente y la digitalización de contenidos para reducir el consumo físico. A nivel económico, el modelo diversificado de ingresos y las alianzas institucionales aseguran estabilidad financiera y permiten la expansión progresiva del proyecto, además, su impacto se alinea al ODS 11.4 sobre protección y valorización del patrimonio cultural.

El proyecto contempla una nueva iteración basada en la integración de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios. Esta etapa implica mejorar la claridad narrativa del recorrido, ajustar la distribución de las salas, optimizar los componentes

tecnológicos e iniciar el desarrollo de prototipos funcionales como las mesas táctiles, la realidad aumentada y los audiolibros para ser testeados en pruebas presenciales. Estos ajustes permiten afinar la experiencia y asegurar que responda adecuadamente a las expectativas del público juvenil.

Luego se plantea un proceso de réplica que consiste en implementar versiones adaptadas de las experiencias inmersivas en museos pilotos del país. Esta fase prioriza instituciones con alta afluencia juvenil o con interés en modernizar sus propuestas museográficas. La réplica permitirá evaluar la adaptabilidad del proyecto en distintos contextos culturales y validar su potencial como herramienta de renovación museográfica en diversos entornos.

Finalmente, se proyecta una fase de masificación para escalar el modelo hacia múltiples instituciones culturales a nivel nacional. Este proceso se basa en el establecimiento de alianzas permanentes con el sector público y privado, además que contempla la creación de versiones itinerantes o modulares de la experiencia que puedan viajar a ferias, centros educativos y eventos culturales. Esta etapa ampliará significativamente el alcance del proyecto, permitiendo que Museo Origen llegue a públicos más amplios y contribuya a la reactivación cultural en todo el país.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto del proyecto ha sido estructurado bajo un enfoque progresivo y escalable, organizado en cuatro etapas de implementación, estas categorías están divididas en corto, mediano y largo plazo con el objetivo de garantizar la viabilidad económica del proyecto, optimizar los recursos y permitir la reinversión de los ingresos generados en fases posteriores. Esta estrategia responde a una lógica de crecimiento sostenible, en la que cada etapa cumple una función específica dentro del desarrollo integral del museo.

La Etapa 1, a corto plazo, contempla la planificación, conceptualización y diseño inicial de la experiencia inmersiva mediante la implementación de códigos QR y contenidos de realidad aumentada en salas de museos ya existentes. Esta fase prioriza una inversión accesible, concentrada principalmente en honorarios profesionales para la investigación

cultural, el diseño UX/UI, el desarrollo de contenidos digitales y la producción de material impreso y merchandising básico. El objetivo de esta etapa es validar la propuesta, generar primeras experiencias inmersivas y obtener ingresos iniciales que permitan financiar las siguientes fases del proyecto. En ese sentido, el presupuesto estimado para esta primera etapa es de S/ 27,000, visto desde una manera estratégica inicial, orientada a la experimentación y validación del modelo.

La Etapa 2, a mediano plazo está orientada a la implementación tecnológica, incorporando audio inmersivo, pantallas táctiles y audífonos especializados que profundizan la experiencia sensorial del visitante. En esta fase, el presupuesto se destina principalmente a la producción audiovisual, la adquisición de equipos tecnológicos y su correcta instalación, lo que permite enriquecer la narrativa del museo y aumentar el tiempo de pertenencia del usuario en las salas. La inversión estimada para esta etapa es de S/ 33,000, monto que se justifica por la necesidad de fortalecer la calidad de la experiencia y consolidar el valor diferencial del proyecto frente a propuestas museográficas tradicionales.

La Etapa 3, de mediano a largo plazo se enfocó en la infraestructura interactiva, incluyendo el diseño UX de mesas táctiles, la adquisición de mesas interactivas multitouch, el desarrollo de software especializado y la construcción de una zona fotográfica ambientada. Esta etapa tiene como objetivo consolidar una experiencia participativa, educativa y altamente visual, fomentando la interacción activa del visitante y la difusión del museo a través de redes sociales. Para ello, se ha considerado una inversión total de S/ 71,000, acorde con el nivel de complejidad tecnológica y de infraestructura requerido para elevar la experiencia inmersiva a una escala más robusta.

La Etapa 4, a largo plazo, corresponde a la consolidación del Museo Origen como una propuesta cultural inmersiva integral. En esta fase se integran procesos de curaduría y museografía, tecnología inmersiva avanzada, personal capacitado para soporte técnico y una campaña inicial de marketing digital orientada al lanzamiento de talleres y experiencias. El presupuesto asignado a esta etapa asciende a S/ 44,200, inversión que permite asegurar la correcta operatividad del museo, su posicionamiento inicial y la sostenibilidad de la propuesta con el tiempo.

Finalmente, el presupuesto incorpora una partida de contingencias equivalente al 10% del subtotal general, destinada a cubrir posibles imprevistos técnicos, retrasos operativos o ajustes durante la implementación del proyecto. Este fondo de reserva que asciende a alrededor de S/ 17,520, contribuye a reducir riesgos y garantizar la continuidad del desarrollo del museo. De esta manera, el presupuesto total del proyecto alcanza los S/ 192,720, el monto estimado con base en precios referenciales del mercado actual, asegurando coherencia entre el planteamiento conceptual, la planificación económica y la viabilidad de Museo Origen.

Tabla 1

Estructura de presupuesto de Museo Origen

Partida	Descripción Detallada	Tipo de Costo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (S/)	Costo Total (S/)
I. Etapa 1 - Corto Plazo (Implementación de códigos QR + Realidad Aumentada)						
1.1	Conceptualización de contenidos (historiador, antropólogo cultural e investigador)	CF	Semanas	3	3,000	9,000
1.2	Diseñador UX para experiencia QR y navegación RA	CF	Semanas	3	2,500	7,500
1.3	Desarrollador de RA (licencia e implementación)	CF	Proyecto	1	6,000	6,000
1.4	Material impreso (códigos QR y señalética)	CV	Lote	1	1,500	1,500
1.5	Merchandising básico (stickers, postales, tote bags)	CV	Lote	1	3,000	3,000

	Subtotal Etapa 1					**27,000**
II. Etapa 2 - Mediano Plazo (Implementación tecnológica)						
2.1	Diseño de experiencia sonora y guión auditivo	CF	Semanas	3	2,800	8,400
2.2	Producción audiovisual (audio inmersivo)	CF	Proyecto	1	5,000	5,000
2.3	Pantallas táctiles interactivas 32”	CV	Unidad	3	4,500	13,500
2.4	Audífonos inmersivos profesionales	CV	Unidad	6	350	2,100
2.5	Instalación técnica y calibración	CF	Proyecto	1	4,000	4,000
	Subtotal Etapa 2					**33,000**
III. Etapa 3 - Mediano a Largo Plazo (Infraestructura interactiva)						
3.1	Diseño UX para mesas táctiles	CF	Semanas	4	3,000	12,000
3.2	Mesas táctiles multitouch	CI	Unidad	4	9,000	36,000
3.3	Zona fotográfica escenográfica	CV	Proyecto	1	15,000	15,000
3.4	Software interactivo	CF	Proyecto	1	8,000	8,000
	Subtotal Etapa 3					**71,000**
IV. Etapa 4 - Largo Plazo (Consolidación del museo)						
4.1	Diseño integral (Curaduría y museografía)	CF	Proyecto	1	25,000	25,000

4.2	Personal capacitado para soporte técnico	CF	Semanas	1	4,500	18,000
4.3	Tecnología inmersiva (proyección, sonido, sensores)	CV	Lote	1	60,000	60,000
4.4	Implementación e instalación final	CF	Proyecto	1	20,000	20,000
4.5	Marketing digital inicial	CF	Mes	1	1,200	1,200
	Subtotal Etapa 4					**44,200**
Contingencias	Reserva para imprevistos (10% del Subtotal)	CI	%	10%	17,520	17,520
	Total generado del presupuesto					**192,720**

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Los hallazgos obtenidos a partir de los prototipos y encuestas evidencian que los recursos digitales como mesas táctiles, realidad aumentada, sonido inmersivo y zonas participativas incrementan significativamente la motivación por visitar museos y facilitan una conexión emocional más profunda con la identidad cultural peruana. De igual manera se concluye que la renovación de la identidad visual y la coherencia narrativa del recorrido contribuyen a hacer la experiencia más clara, atractiva y memorable para el público objetivo. Estos resultados permiten afirmar que el objetivo general del proyecto se cumplió, ya que la propuesta logró reconectar al público juvenil con la cultura peruana mediante experiencias inmersivas y una comunicación visual contemporánea.

De igual manera, los resultados demostraron que los objetivos específicos también fueron alcanzados, se diseñaron experiencias tecnológicas alineadas a los intereses juveniles, se validó la claridad del recorrido y la usabilidad de los elementos interactivos y se comprobó a través de encuestas que los jóvenes peruanos muestran alto interés en visitar el museo cuando se incorporan dinámicas digitales y participativas. Entre los principales hallazgos destacan la necesidad de reforzar algunos elementos sensoriales para mantener el dinamismo de las salas, mejorar la usabilidad de ciertos componentes interactivos y asegurar que las narrativas históricas se comuniquen de manera sencilla, coherente y relevante para el público juvenil. Estas observaciones orientan los próximos pasos del proyecto, que incluyen el desarrollo de prototipos funcionales más avanzados, pruebas presenciales con usuarios reales y la integración de mejoras en iluminación, interacción y accesibilidad.

Además, se plantea una estrategia de escalamiento que permita replicar la propuesta en otros museos del país mediante alianzas con instituciones culturales, educativas y tecnológicas. Este proceso de expansión, acompañado de un monitoreo constante, garantizará que Museo Origen se mantenga actualizado, sostenible y alineado a las necesidades culturales de las nuevas generaciones.

4.2 Recomendaciones

En base a los hallazgos obtenidos durante la experimentación y validación del proyecto, se recomienda continuar fortaleciendo la propuesta inmersiva de Museo Origen mediante la optimización de los recursos digitales y sensoriales utilizados en cada sala. Es importante seguir mejorando la claridad narrativa y la interacción tecnológica, asegurando que las experiencias resulten intuitivas, dinámicas y accesibles para el público juvenil. Esto incluye ajustar la intensidad de iluminación, sonido y ritmo audiovisual, así como reforzar elementos interactivos que faciliten una comprensión más profunda del contenido cultural presentado.

De igual manera, se sugiere avanzar hacia el desarrollo de prototipos funcionales de mayor fidelidad para realizar pruebas presenciales con usuarios reales. Estas pruebas permitirán observar comportamientos de navegación, tiempos de permanencia, puntos de confusión y niveles de participación, proporcionando información clave para afinar la

experiencia antes de su implementación final. Del mismo modo, se recomienda incorporar herramientas de accesibilidad y considerar versiones alternativas de interacción para públicos diversos, ampliando el alcance de la propuesta.

Por otro lado, se aconseja establecer alianzas estratégicas sostenibles con instituciones culturales, educativas y tecnológicas que permitan escalar el proyecto hacia otros museos y centros culturales del país. Esto incluye evaluar la posibilidad de crear versiones itinerantes o modulares que puedan implementarse en espacios públicos, escuelas o ferias culturales, ampliando el impacto social del proyecto. Finalmente, se recomienda implementar un sistema de monitoreo y retroalimentación continua que recoja las opiniones de los visitantes después de cada experiencia. Esta información será fundamental para mantener la propuesta actualizada, relevante y alineada a las necesidad culturales y digitales de las nuevas generaciones.

V. Referencias

Choque Moya, C. D., Reyes Bonifaz, A. I., & Rodríguez Moscoso, B. A. (2018). Estudio de público joven entre los 18 a 29 años asistente y no asistente a cuatro museos de sitio de Lima Metropolitana: Museos de Sitio Huaca Pucllana, Huallamarca, Pachacamac y Puruchuco. (PUCP, 2018). https://tesis.pucp.edu.pe/items/1216bdb1-195d-4009-ae70-0fb0db0ad810

Extensión Museo MALI (2016). https://productora-df.com.mx/project/extension-museo-mali/

Ministerio de Cultura del Perú. (2022). Estadísticas de visitantes de museos administrados por el Estado. https://museos.cultura.pe/estad%C3%ADstica-de-visitantes

Ministerio de Cultura del Perú. (2022). Museos en Línea: estadísticas de visitantes. https://museos.cultura.pe/estad%C3%ADstica-de-visitantes?utm_source

Museos del Perú. (2022, diciembre 19). Encuesta sobre el estado actual de museos en el Perú: Informe de resultados 2022. https://museosdelperu.org/2023/12/19/encuesta-sobre-el-estado-actual-de-museos-en-el-peru-informe-de-resultados-2022/

TVPerú Noticias. (2022, diciembre 12). Museos Abiertos: casi 150 mil personas visitaron los museos del Ministerio de Cultura durante el 2022. https://www.tvperu.gob.pe/noticias/nacionales/museos-abiertos-casi-150-mil-personas-visitaron-los-museos-del-ministerio-de-cultura-durante-el-2022

Ministerio de Cultura. (2023), Patrimonio Cultural de Cifras 2023. Oficina de Estadística - Dirección General de Industrias Culturales y Artes. https://infocultura.cultura.pe/sites/default/files/item/item1_1/file/2025-09/PATRIMONIO%20CULTURAL%20EN%20CIFRAS.pdf?utm_source

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). Perú: Participación de la población en actividades culturales. INEI. https://www.gob.pe/inei/

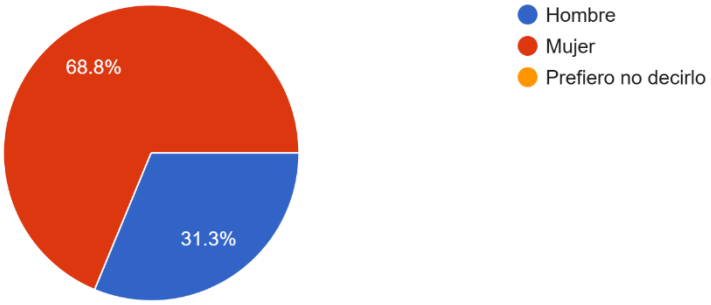
VI. Anexos

Anexo 1

Encuesta 1

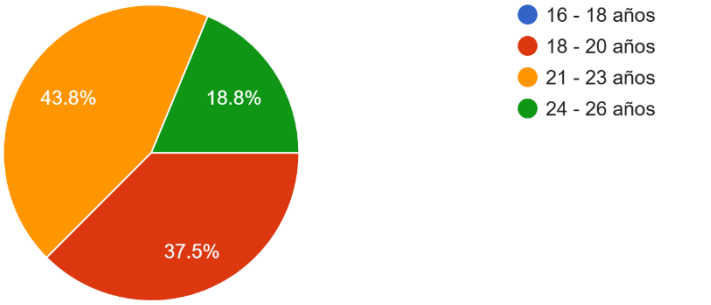
Sexo:

16 respuestas



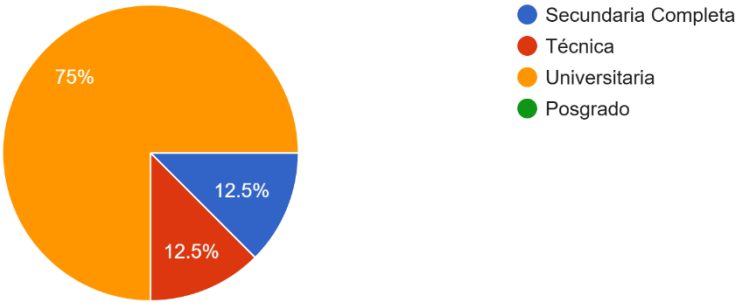
Edad:

16 respuestas



Nivel de estudios:

16 respuestas



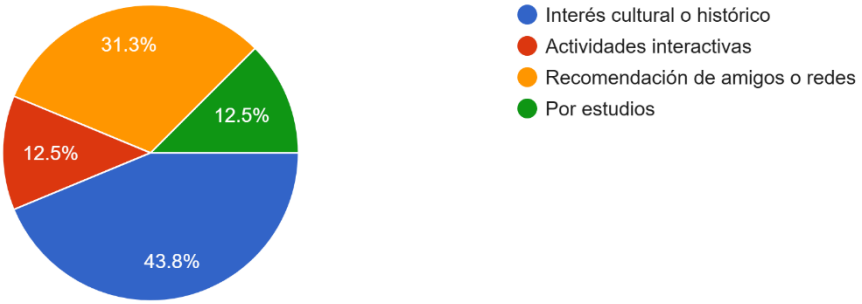
¿Con qué frecuencia visitas museos o centros culturales?

16 respuestas



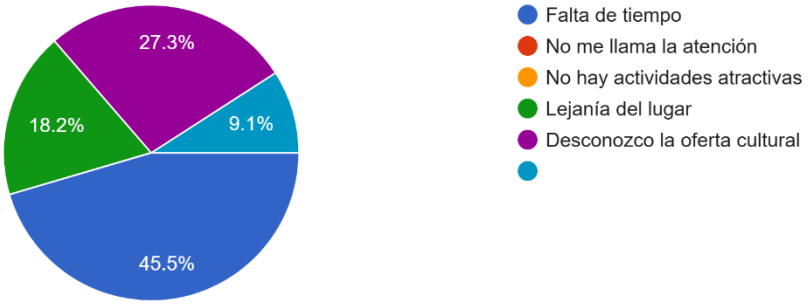
¿Qué motivo principal te lleva a asistir a un museo o centro cultural?

16 respuestas



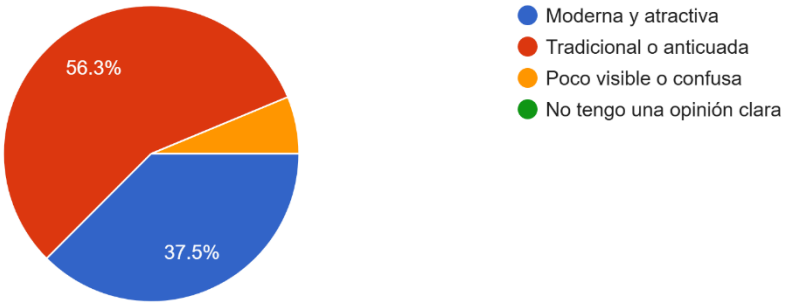
Si no sueles asistir, ¿por qué motivo? (Si sueles asistir omite esta pregunta)

11 respuestas



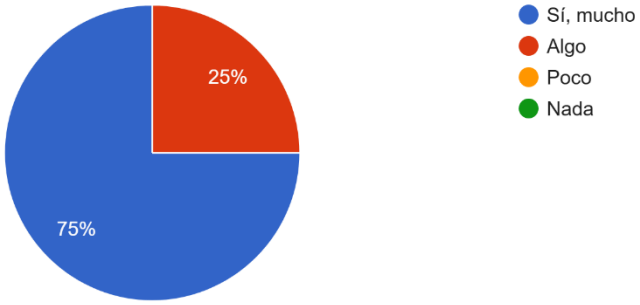
¿Cómo describirías la imagen visual (colores, logo, carteles, redes) de los museos o centros culturales que conoces?

16 respuestas



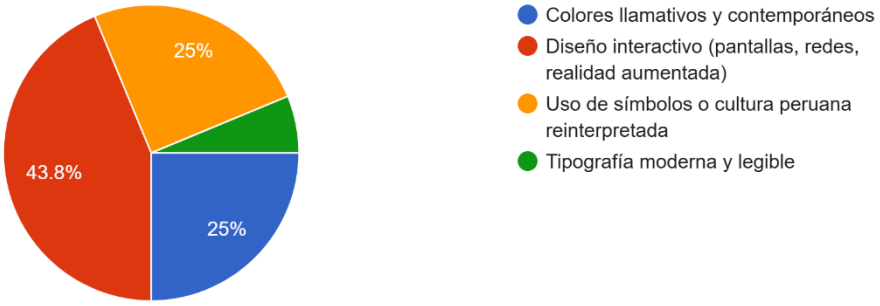
¿Crees que la identidad visual de los museos influye en tu interés por visitarlos?

16 respuestas



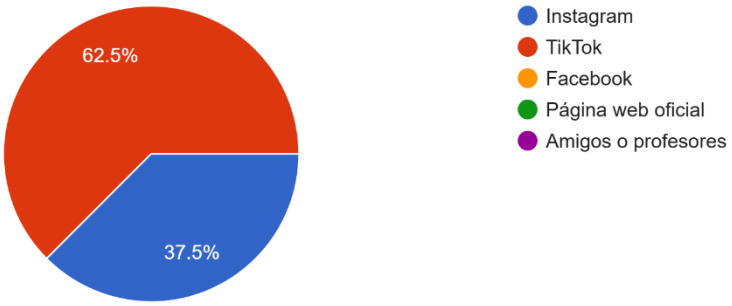
¿Qué elementos visuales te parecen más atractivos en un museo?

16 respuestas



¿A través de qué medio te informas o ves contenido sobre museos o temas culturales?

16 respuestas



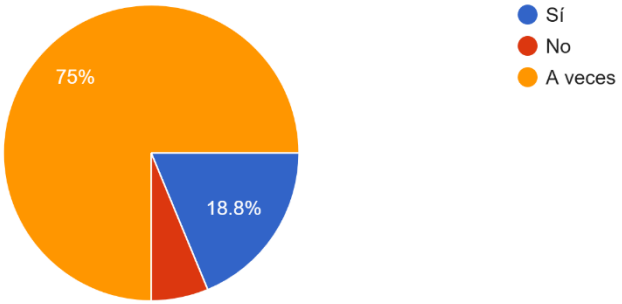
¿Qué tipo de experiencia te gustaría vivir dentro de un museo?

16 respuestas



¿Consideras que los museos se comunican bien con los jóvenes?

16 respuestas



Si en la anterior pregunta tu respuesta fue "No" o "A veces", ¿por qué?

13 respuestas

Me parece que hasta ahora su enfoque no son precisamente los jóvenes y por ende hay mucha falta de contenido que los promocione en redes.

No estoy tan al tanto de actividades, pero quizá las promueven mas de lo que pienso

Siento que se debería de poder incentivar más la visita a museos, más un cuando es la mejor manera de arraigarnos con la historia. Si bien se hace, se limita a ser más que todo dirigió a los jóvenes o niños que aún están en la etapa a escolar cuando el objetivo debería ser más grande.

No tienen interés en promover en las redes

No siempre saben como llegar a un público joven, todo depende de qué quieran comunicar y cómo.

Falta de actividades dinámicas y creativas, falta de buenos comunicadores, los guías no suelen ser entretenidos, saben mucho si, pero no interactuan con los turistas, con el público, tal vez ser más extrovertidos, más abiertos al dinamismo.

Falta de eventos interesantes y creativos que fomenten la interacción y motivación a la cultura.

Si en la anterior pregunta tu respuesta fue "No" o "A veces", ¿por qué?

13 respuestas

Lo que brindan es rico de información, sin embargo, para un joven de secundaria o apenas iniciando su vida universitaria puede resultar aburrido y tedioso, lo que quita motivación de conocer la historia que se quiere brindar.

A veces, siento que para la época actual muchos museos han intentado adaptarse usando las redes sociales, sin embargo la información que muestran sigue siendo institucional haciendo que no sea lo suficientemente cercana para un público jóven.

Por que los museos que tienden a ser más sobre historia, no se llevan bien con los jovenes, sobre todo el staff, se dejan guiar por su percepción de la edad y creen que somos incultos o irresponsables.

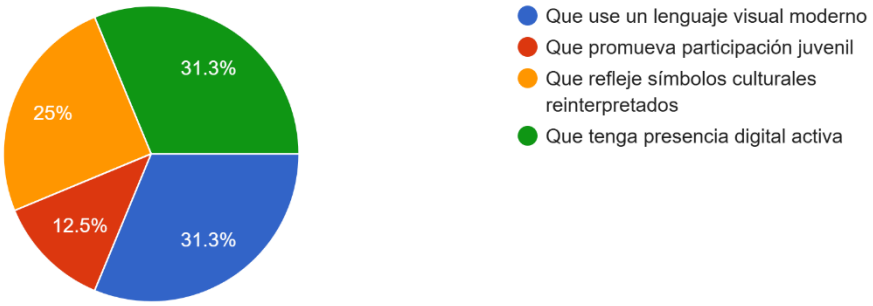
A veces, porque algunos museos usan estrategias y redes sociales, pero otros siguen comunicándose de manera muy formal, lo que hace más difícil lograr conectar.

A veces, porque en general no veo mucha publicidad y si la veo siempre es de los mismos lugares por ejemplo el MALI

Porque en general se siguen usando los mismo medios hace 20 años a pesar de que la interacción social es totalmente distinta hoy

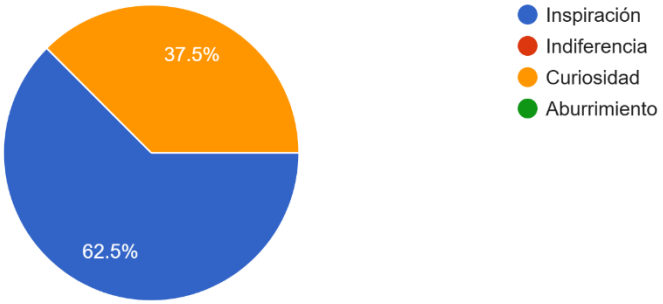
¿Qué te haría sentir más identificado con un museo o centro cultural?

16 respuestas



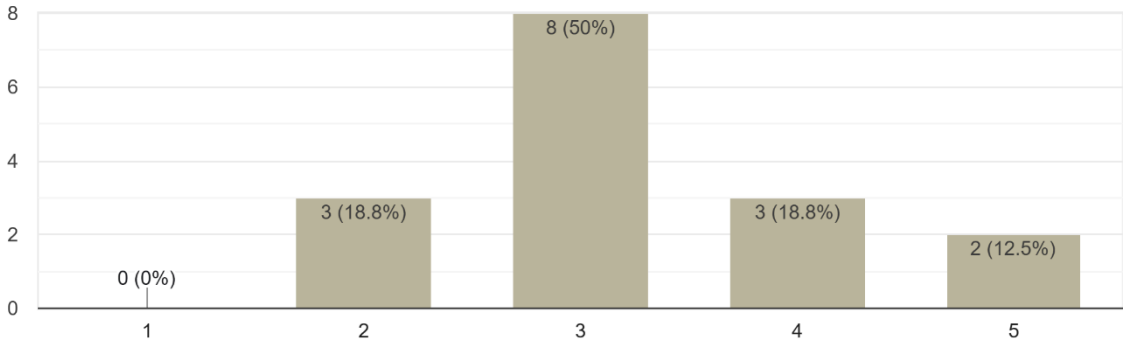
¿Qué emociones te genera visitar (o pensar en visitar) un museo?

16 respuestas



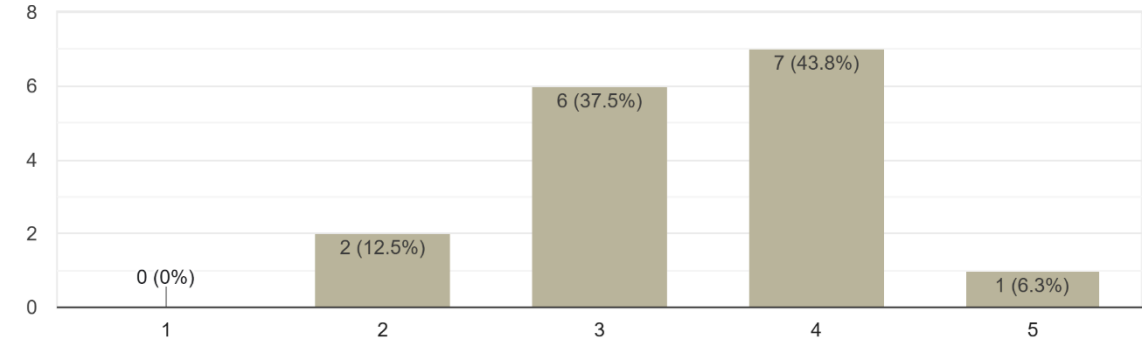
En una escala del 1 al 5, ¿cuánto sientes que los museos representan la identidad de los jóvenes peruanos?

16 respuestas



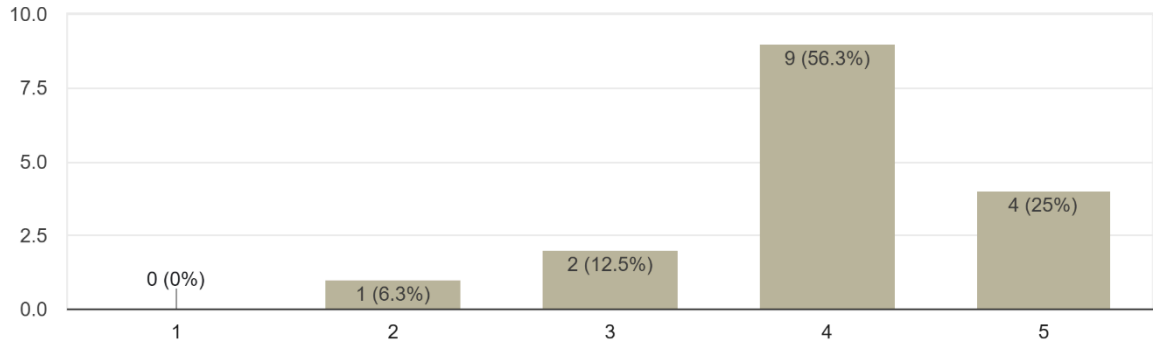
En una escala del 1 al 5, califica qué tanto te atrae la identidad visual (colores, logo, diseño gráfico) de los museos peruanos que conoces.

16 respuestas



En una escala del 1 al 5, evalúa cuánto influye el diseño visual (publicidad, redes, carteles) en tu decisión de visitar un museo.

16 respuestas



Si un museo fuera diseñado especialmente para jóvenes, ¿qué elementos visuales o experiencias te gustaría que tenga?

16 respuestas

Experiencias interactivas

Un poco de zonas interactivas que hagan que el público se sintiera parte de la exposición

Me gustaría que pongan aún tipo de experiencia que te sitúe en espacios que te lleven a esa época por medio de la decoración que tenga o aún tipo de apoyo audiovisual que apoye ese espacio.

Experiencias de inmersión e interactivas con premios

Experiencias sensoriales e interactivas, harían mas memorable la experiencia.

Espacios con música o sonidos de ambiente, así como hay audio libros y son prácticos, me gustaría ver eso más en los museos, explicaciones de las artes de manera práctica y atractiva, experiencias como esa creeria que llamaría la atención

experiencias sensoriales

Propuesta de colores interesantes, formas contemporáneas y espacios de encuentro interesantes.

Si un museo fuera diseñado especialmente para jóvenes, ¿qué elementos visuales o experiencias te gustaría que tenga?

16 respuestas

Experiencias interactivas que me permitan aprender intercatuando y experimentando

Experiencias inmersivas, es lo que mas atrae a los jovenes, pero también me gustaría que implementen un estrategia que aparte de ver todo lo que tiene el museo, se aseguren de que aprendamos.

Me gustaría que tenga espacios interactivos, con pantallas táctiles, luces y música de fondo. También que ofrezca experiencias donde se pueda participar, para que sea más dinámico y no solo de observar.

Me gustaría que esté bien señalizado, que cuide los detalles de diseño sobre todo, que cada parte del museo tenga unidad y coherencia

diagramas o videos

Probablemente experiencias interactivas, espacios pensados para redes y conexión entre el pasado y presente

Tecnología que se conecte con el celular

¿Qué sugerencias darías para que los museos sean más atractivos para los jóvenes?

16 respuestas

Tal vez que haya más difusión en redes y los espacios tengan temáticas que puedan llamar su atención

Una mejor forma de comunicación en sus canales digitales

Que traten de tener un punto medio entre lo antiguo y lo presente para poder llamar la atención.

Experiencias nuevas e innovadoras

Que se promocionen mas por medios digitales, de esa forma podrían llegar un poco mas.

Actividades sensoriales, mayor posicion en redes virales, como tik tok o instagram (mayormente se utilizan estas redes entre los jovenes, que Facebook) mejoras en sus visuales, publicidad.

más moderno

Espacios donde pueda darse diferentes actividades, como también los colores y propuestas de formas más atractivas y contemporáneas

¿Qué sugerencias darías para que los museos sean más atractivos para los jóvenes?

16 respuestas

Investigar al público que quieres atraer, no desviar el objetivo, claro, pero dar una introducción buena para los más jóvenes.

Que la información que muestren también pueda ser entendida de manera experimental, es decir que se pueda aprender no solo leyendo o viendo, si no que pueda usar los sentidos para aprender.

Que se concentren sobre todo en la comunicación que tienen en redes sociales, adaptar sus piezas a las tendencias actuales y que esa comunicación se mantenga en la presencialidad del museo.

Yo creo que podrían aprovechar más las redes sociales, estar al tanto de las tendencias y mejorar la edición de sus videos para que sean más entretenidos y den ganas de verlos completos.

Influencia de redes, incluso sería bueno poner promos para que los jóvenes se sientan atraídos a ir acompañados o incluso solos

que se difundan mejor

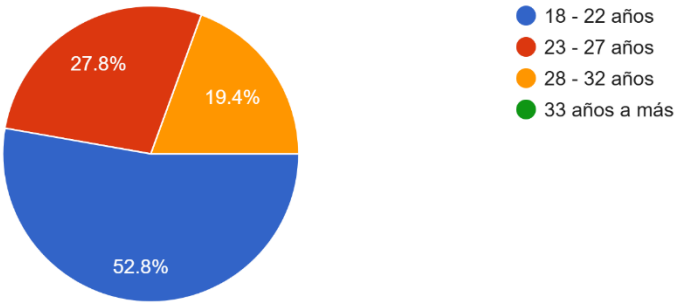
Crear cultura alrededor de los interés de hoy, ya sea mediante trends, reivindicando la idea de un espacio de aprendizaje como diversión y esparcimiento

Anexo 2

Encuesta 2

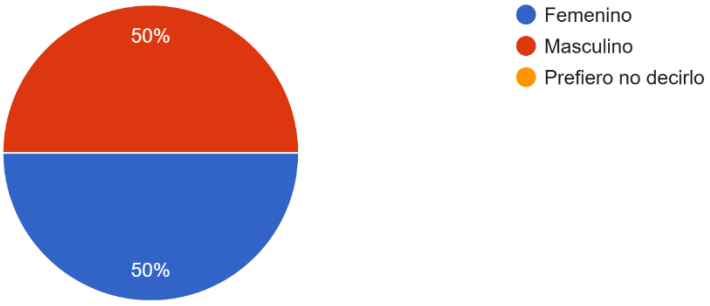
Edad

36 respuestas



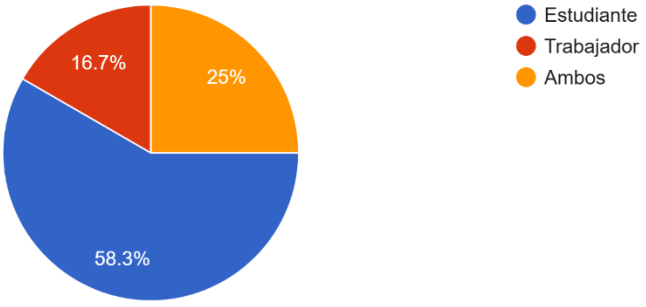
Género

36 respuestas



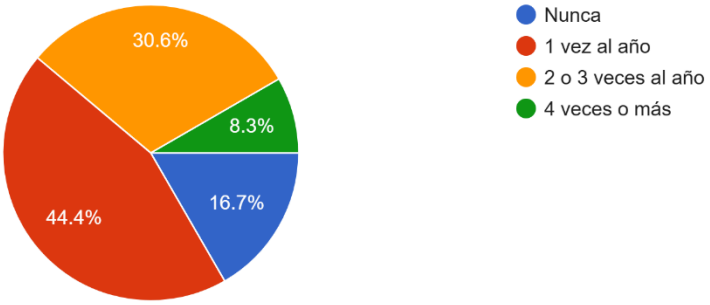
Ocupación

36 respuestas



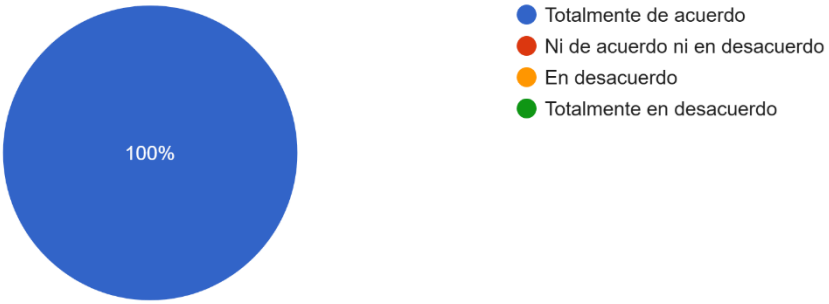
¿Con qué frecuencia visitas museos?

36 respuestas



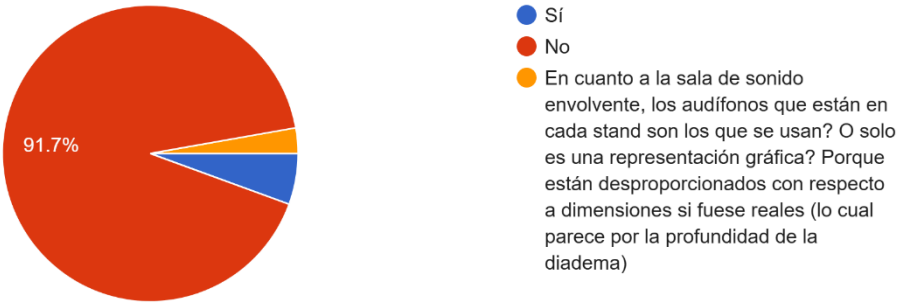
¿Los bocetos permiten entender el tipo de interacción que tendrá en el museo?

36 respuestas



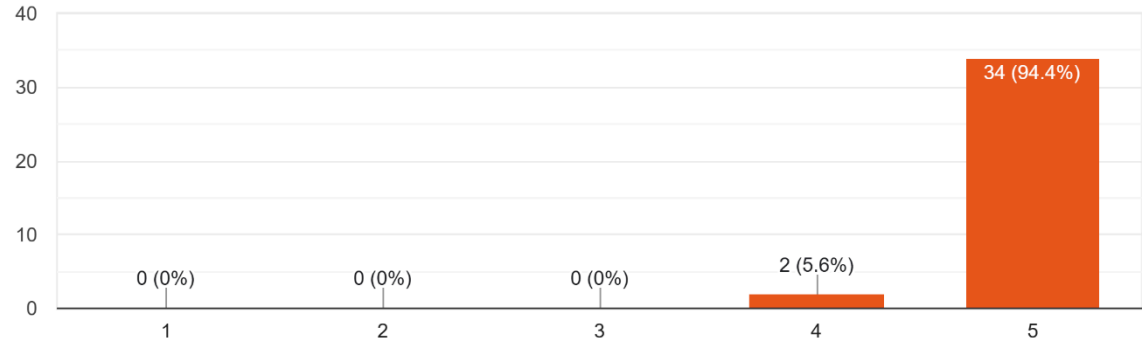
¿Existe algún elemento que te parezca confuso o difícil de entender?

36 respuestas



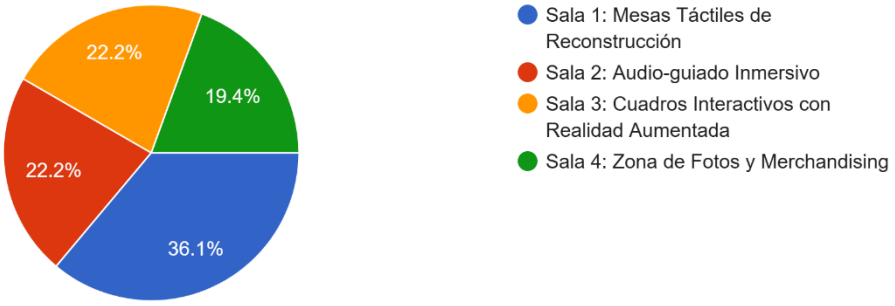
En una escala del 1 al 5. ¿Qué tan interactiva es esta propuesta para Museo Origen?

36 respuestas



¿Qué sala te interesó más?

36 respuestas



¿Por qué te interesó más esa sala?

36 respuestas

La propuesta es novedosa y atractiva, sus selección de audio/narrativas y pantalla LED mejoran la experiencia de visualización y comprensión de las piezas.

Me parece una forma más efectiva de entender la historia

Porque se puede interactuar con las piezas de arte directamente

No lo había visto antes y me parece que es un buen enganche para un público objetivo que les encanta visitar museos, y asi ver nuevas propuestas.

Se siente diferente a las demás, siento que es la que mejor cumple su propósito.

Los audios me parece una forma efectiva de adentrarte en la experiencia

Me parece interesante poder aprender con la ayuda de audiolibros

La propuesta me pareció sumamente innovadora e interesante. Es muy valioso poder seleccionar narrativas específicas mientras el audio te acompaña, y la posibilidad de visualizar una pantalla LED

¿Por qué te interesó más esa sala?

36 respuestas

La propuesta me pareció sumamente innovadora e interesante. Es muy valioso poder seleccionar narrativas específicas mientras el audio te acompaña, y la posibilidad de visualizar una pantalla LED promete una mejor experiencia al explicar y ver cada una de las piezas.

Me parece una idea muy novedosa

Porque no he visto esta propuesta en otros museos

Se ve innovadora

Me parece interesante y bastante innovador el poder seleccionar narrativas en específico mientras te acompaña el audio y visualizar una pantalla LED para tener una mejor experiencia.

La propuesta me pareció innovadora

Propuesta sumamente innovadora. Permite seleccionar narrativas específicas con audio y la pantalla LED ofrece una mejor experiencia para ver y entender las piezas

Porque no he visto una propuesta similar en otro museo, se ve interesante

¿Por qué te interesó más esa sala?

36 respuestas

Porque no he visto una propuesta similar en otro museo, se ve interesante

Me parece interesante que mientras vallas viendo las piezas te vallan explicando cada una de ellas

La interacción directa con las piezas de arte se percibe como el método más efectivo para comprender la historia

Se percibe como una propuesta única, y considero que es la más efectiva en el cumplimiento de su objetivo

Por que la sala te muestra una forma de interacción mas atractiva y didactica.

Porque siento que es una manera más interesante de saber sobre cada pintura o cuadro.

Me parece una manera diferente de aprender sobre las ceramicas

Me gustó mucho el diseño del ambiente por los colores

¿Por qué te interesó más esa sala?

36 respuestas

porque es mucho más interactiva

Muy innovadora

Me atrae la idea de utilizar audiolibros para aprender, ya que considero que el audio es un medio efectivo para sumergirse completamente en la experiencia

Porque me parece interesante poder ver animaciones de las pinturas o cuadros exhibidos

Su iluminación

Me parece una manera divertida de aprender

Me parece una opción para llamar más a los jóvenes.

Me parece muy interesante que te expliquen cada pieza mientras la vas observando, lo cual se logra gracias a que la sala te muestra una forma de interacción mucho más atractiva y didáctica

¿Por qué te interesó más esa sala?

36 respuestas

Me parece muy interesante que te expliquen cada pieza mientras la vas observando, lo cual se logra gracias a que la sala te muestra una forma de interacción mucho más atractiva y didáctica

Siento que la zona de fotos llamaría mucho mi atención luego de recorrer el museo, como un recuerdo que pueda llevar para no olvidar mi visita.

Porque aquí se invita al usuario a participar e interactuar

su tecnología

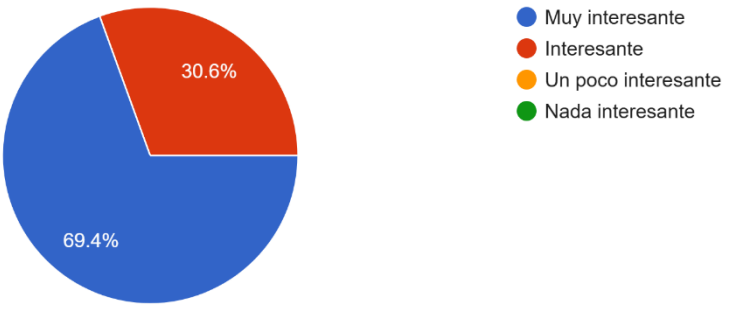
Siento que la zona de fotos es una excelente opción para llamar más la atención de los jóvenes. Además, esta sección me resultaría muy atractiva al finalizar el recorrido del museo, ya que funciona como un recuerdo memorable para no olvidar la visita.

Porque es una propuesta dinámica e interesante.

Porque me gustaría llevarme un recuerdo de lo que experimenté en el museo, me parece una buena manera de conectar con lo visto

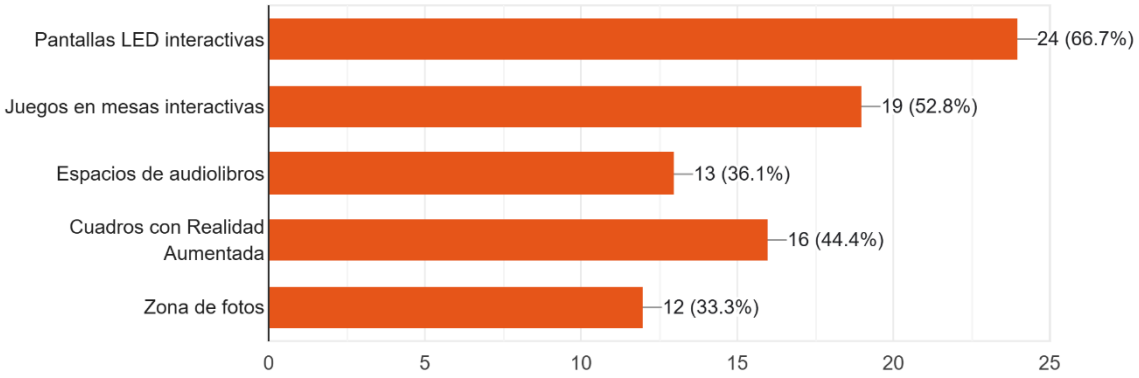
¿Qué tan interesante te resulta aprender sobre cultura e historia a través de medios digitales?

36 respuestas



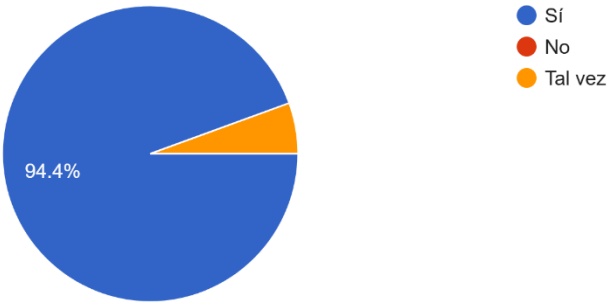
¿Qué te llamó más la atención?

36 respuestas



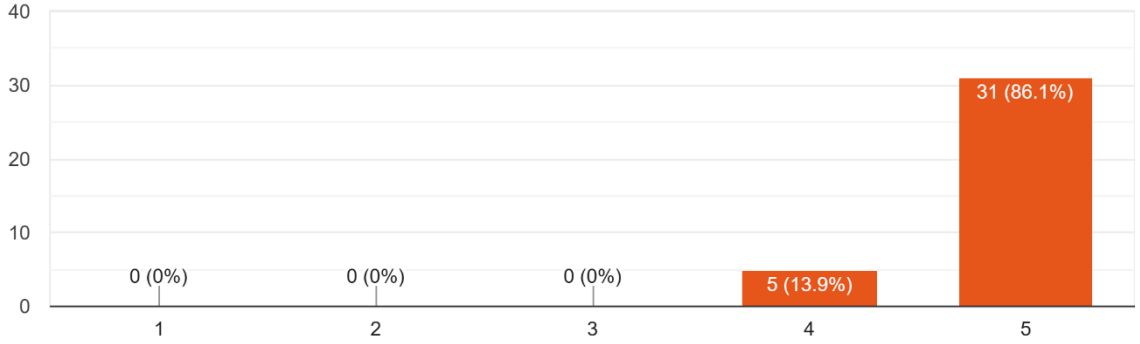
¿Crees que esta propuesta de exhibición es lo suficientemente atractiva como para motivar a un público joven que quizás no visite museos tradicionales?

36 respuestas



En una escala del 1 al 5. ¿Qué tan probable es que visites Museo Origen?

36 respuestas



¿Por qué razón visitarías Museo Origen?

36 respuestas

La propuesta es atractiva por ofrecer una experiencia distinta e inmersiva que permite interactuar realmente con la historia

Me interesa mucho la propuesta porque ofrece la posibilidad de aprender sobre historia y arte de una manera interactiva y dinámica.

La inmersión

Por las nuevas propuestas que brindan, el como lograna que el público interactur más con piezas o elementos del museo.

Sus salas táctiles y talleres experienciales.

aprender más culturalmente y para pasarla bien con amigos

Por sus salas innovadoras e interactivas

Me atrae principalmente la inmersión total y las nuevas experiencias que están ofreciendo. Las salas

¿Por qué razón visitarías Museo Origen?

36 respuestas

Me atrae principalmente la inmersión total y las nuevas experiencias que están ofreciendo. Las salas táctiles y talleres experienciales son un gran atractivo, ya que permiten aprender más culturalmente y, al mismo tiempo, pasarla bien con amigos.

Por las nuevas experiencias que están ofreciendo

Por sus pantallas LED y su zona de fotos

Porque me parece importante conocer más sobre nuestra cultura y mejor aún si es de manera didáctica e interactiva.

Las salas me incentivan a visitar el museo y poder conocer más acerca de mi cultura.

Porque me gustaría aprender de una manera interactiva

Las salas me incentivan a visitar el museo porque me permiten aprender acerca de mi cultura de una manera interactiva, lo cual resulta mucho más atractivo

Porque me parece innovadora la propuesta, no he visto algo similar en otros museos

¿Por qué razón visitarías Museo Origen?

36 respuestas

Para conocer sobre historia y también por el arte

Porque me llama la atención poder interactuar con las salas, es una manera más divertida de poder aprender sobre mi cultura

Porque de ver la propuesta me hizo dar ganas de aprender de mi cultura gracias a las actividades interactivas que tiene

Por la propuesta llena de experiencias inmersivas y diferentes a los museos actuales.

Porque me ayudará a conocer más sobre mi cultura de una manera más interactiva

Es una propuesta innovadora, me gustaría visitarla por la tecnología que incorporan

Por la propuesta interesante de contar la historia

porque me gustan las experiencias que me permiten ser parte

¿Por qué razón visitarías Museo Origen?

36 respuestas

Porque es otra forma de aprender sobre cultura.

Por su sección de audiolibros, me llama la atención poder usar esas salas

Por sus cuadros de realidad aumentada, me parece interesante esa propuesta

Su concepto

Porque me gustaría aprender más sobre mi cultura y saber que existiría un lugar donde se puede interactuar con esta misma me llama mucho la atención.

Si tuviese todas estas opciones, no dejaría de ir a museos!!

Me interesa la inmersión total y las nuevas experiencias ofrecidas (salas táctiles y talleres experienciales) como una forma atractiva de fomentar el aprendizaje cultural y disfrutar con amigos

Siento que me ayudaría a comprender de manera interactiva el museo y aprender de otra manera

¿Por qué razón visitarías Museo Origen?

36 respuestas

Si tuviese todas estas opciones, no dejaría de ir a museos!!

Me interesa la inmersión total y las nuevas experiencias ofrecidas (salas táctiles y talleres experienciales) como una forma atractiva de fomentar el aprendizaje cultural y disfrutar con amigos

Siento que me ayudaría a comprender de manera interactiva el museo y aprender de otra manera

Curiosidad de la nueva experiencia

Es novedoso

Me atrae la oportunidad de conocer sobre historia y arte, combinada con una propuesta innovadora llena de experiencias inmersivas que la hacen diferente a los museos actuales.

Porque me gusta la idea de tener una experiencia distinta y sentir que interactúo realmente con la historia.

Es una opción muy atractiva gracias a sus experiencias inmersivas que la distinguen de los museos tradicionales actuales

¿Tienes alguna sugerencia

36 respuestas

No, me parece buena propuesta

Quizá podrían mezclarse algunas salas para que pueda ser aún más inmersivo

Nop, me encanta todo

No, todo me pareció muy grandioso

No, creo que el proyecto va por buen camino.

nop

No

No, me parece bien la propuesta

Nop, muy buena idea

¿Tienes alguna sugerencia

36 respuestas

No, me parece interesante la propuesta

No, todo claro.

De momento no, todo me parece bien.

Ninguna por ahora

No, me parece interesante la propuesta ya como está

Que se pueda incluír algunas de las propuestas en las mismas salas, quizá que todas las salas tengan sonidos ambientales

Considero que todo está correcto y llamativo

No, esta excelente

No, me parece buena la propuesta

¿Tienes alguna sugerencia

36 respuestas

Como sugerencia sería complementar todas las salas con sonidos o musica adecuada que sume a la experiencia.

No, la propuesta me parece clara

No, me parece completa la propuesta

Usar otros colores de la paleta en alguna otra sala para que no sean todas marrones ;)

por ahora no, todo es claro y coherente

Que esto se desarrolles de todas maneras!

Quizá añadir algunas de esas "cabinas" de audiolibros en otras salas para una experiencia más interactiva

Me parece una propuesta interesante

no

¿Tienes alguna sugerencia

36 respuestas

No.

No, esta bien la propuesta.

Me parece una idea muy innovadora, creo que solo sería tener un poco más claro la información que iria en cada sala

Que sean prácticos, el público se aburre si algo es difícil de usar

no, me parece perfecto

Considero que todo está correcto y llamativo, pero como sugerencia sería que todas las tengan sonidos ambientales y luces calidas

No, la propuesta me parece completa.

No, me parece bien la propuesta, esta interesante