ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

LatinInteractivo: Plataforma para microhistorias interactivas sobre historias de Latinoamérica con la implicación digital de los jóvenes.

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

PRESENTADA POR

Nicolas Alberto Guarniz Tasayco
DNI: 71894366, Perú
Mathew Martin Mendoza Arias
DNI: 74916333, Perú

ASESOR

JORGE RONALDO GODIEL GALVEZ
DNI: 71317524
ORCID: 0000-0002-0303-245X

JURADO

PALOMINO NOLASCO ELIZABETH FABIOLA
SANCHEZ VILLANUEVA KELLY DORIS
BUSTAMANTE TELLO CAROL

Lima, enero 2026

Agregar el informe de Turnitin (primera cara)

0000027656-0000017452-GUARNIZ-MENDOZA.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:532302005

Submission Date
Nov 23, 2025, 11:32 PM GMT-5

Download Date
Dec 7, 2025, 3:50 PM GMT-5

File Name
0000027656-0000017452-GUARNIZ-MENDOZA.docx

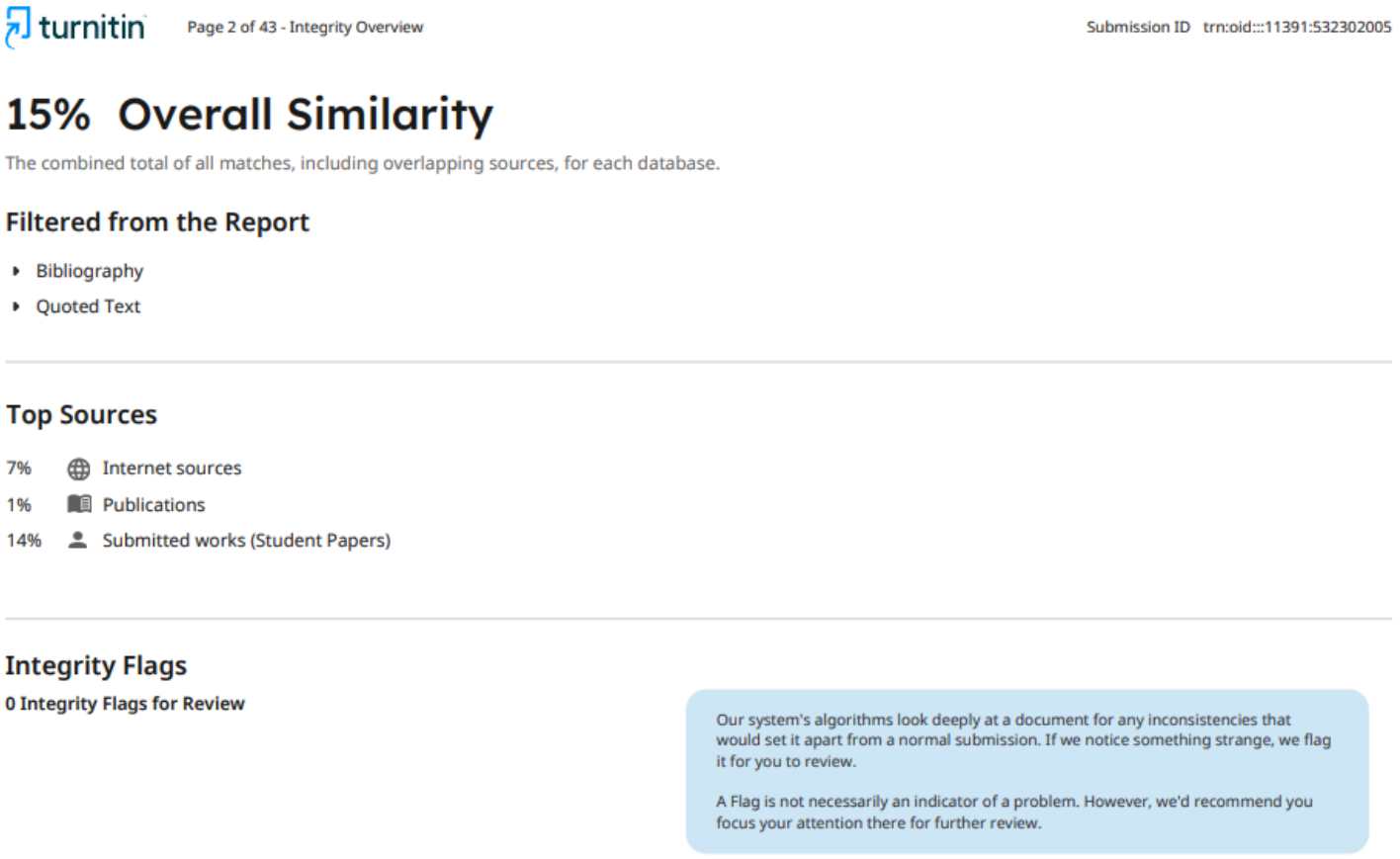
File Size
1.6 MB

37 Pages

5,157 Words

30,817 Characters

Agregar el informe de Turnitin (segunda cara)



turnitin Page 2 of 43 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::11391:532302005

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7% Internet sources
1% Publications
14% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

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 2
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 Objetivos específicos 8
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 11
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 12
2.5.4 Diseño de producto/servicio 14
2.5.5 Modelo de Negocio 15
2.5.6 Resultados esperados 17
2.5.7 Prototipos desarrollados 17
2.5.8 Experimentos 21
2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 21
III. Estimación de costos **23**
3.1 Presupuesto 23
IV. Conclusiones y recomendaciones **24**
4.1 Conclusiones 24
4.2 Recomendaciones 24
V. Referencias Bibliográficas **25**
VI. Anexos **26**
6.1 Anexo 1 - Encuestas 26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto 23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas 5
Figura 2 Mapa de actores 7
Figura 3 Arquetipo de usuario 11
Figura 4 Lienzo propuesta de valor 13
Figura 5 Ruta de conceptualización 15
Figura 6 Business Model Canvas 16
Figura 7 Modelo de baja definición 18
Figura 8 Modelo de alta definición 19
Figura 9 Tablero de Creación de Prototipo 20
Figura 10 Checklist de prototipado 20

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

LatinInteractivo: Juego interactivo basado en inteligencia artificial que ofrece experiencias narrativas personalizadas en Perú.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación LatinInteractivo se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas, y busca resolver la falta de contenido interactivo con identidad latinoamericana en plataformas digitales, aprovechando la oportunidad de generar experiencias participativas para jóvenes usuarios. La población beneficiaria está conformada por jóvenes latinoamericanos entre 18 y 30 años, usuarios intensivos de TikTok y redes sociales (ver arquetipo).

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para entender al usuario desde sus necesidades y motivaciones, y Lean Startup para impulsar la validación e implementación de la propuesta. Estas herramientas incluyen el desarrollo del arquetipo de usuario, el mapa de actores para analizar el contexto y el mercado, el mapa de trayectoria para estructurar la experiencia del usuario, el canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador y el modelo de negocio para evaluar la sostenibilidad del proyecto, los cuales se presentan detalladamente en el documento.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una serie de microhistorias audiovisuales interactivas donde el espectador decide el rumbo narrativo en tiempo real, integrando elementos culturales latinoamericanos y dinámicas participativas propias de TikTok (ver canvas de propuesta de valor). Se trata de un servicio digital que combina narrativa interactiva, representación cultural y alto potencial de viralización. Aporta en el triple balance al generar impacto social mediante identidad cultural; económico, por su modelo escalable y accesible; y ambiental, al basarse en producción completamente digital sin uso de materiales físicos.

Para la experimentación se diseñaron dos prototipos: uno de baja fidelidad, basado en un storyboard interactivo, que permitió validar la estructura narrativa y las decisiones del

usuario; y uno de alta fidelidad, un piloto audiovisual simulado dentro del formato TikTok, para evaluar interacción, claridad narrativa y retención del público. Las pruebas digitales mostraron alto interés por la participación, valorización del contenido cultural y buena comprensión del formato interactivo.

Se concluye que la solución propuesta es viable, relevante y atractiva para el público objetivo, y que responde a una necesidad real en el mercado digital. Se recomienda continuar con nuevas interacciones narrativas, ampliar la variedad de historias, desarrollar alianzas con marcas y creadores, y avanzar hacia la masificación regional del proyecto mediante su distribución en plataformas adicionales y su posible licenciamiento.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Es sabido que el contexto social, financiero y cultural de la nación se centra en la capital lima los individuos de 18 a 30 años disfrutan de una gran diversidad de entretenimiento digital que se ha vuelto parte de su rutina diaria. Plataformas como Tik Tok, Youtube y Twitch, junto con los videojuegos, se han establecido como los principales espacios de diversión e interacción para este grupo.

En tiempos recientes, las preferencias de consumo han evolucionado hacia experiencias más dinámicas, interactivas y participativas donde los usuarios no desean ser simplemente observadores, sino que buscan ser participantes activos que toman decisiones y forjan su propia experiencia. No obstante, en Perú y gran parte de Latinoamérica, la gama de videojuegos desarrollados localmente sigue siendo limitada y poco innovadora, generando así una brecha cultural y tecnológica con respecto a los modelos globales.

Adicionalmente, muchos de los videojuegos predominantes en el mercado son elaborados por grandes estudios internacionales y no siempre satisfacen las necesidades culturales o sociales de los jugadores peruanos. Esto lleva a una búsqueda por parte del público joven de propuestas que además de ser divertidas sean cercanas, únicas y adaptadas a sus contextos.

En este panorama emerge LatinInteractivo, un videojuego con la intención de cambiar la forma en que los jóvenes viven las narrativas digitales. El jugador actúa como el personaje principal y cada decisión que toma influye en la historia, desbloqueando diferentes caminos y finales.

La inclusión de inteligencia artificial también permite examinar las elecciones de los usuarios y generar desarrollo.

Así, LatinInteractivo no solo responde a la necesidad de innovación en el entretenimiento digital, sino que también se posiciona como un producto viable, sostenible y escalable, acorde con las nuevas tendencias de consumo juvenil y la perspectiva de un mercado interactivo que sigue creciendo continuamente.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En los años recientes. El sector global de los videojuegos ha experimentado un crecimiento constante, estableciéndose como una de las áreas más lucrativas del entretenimiento. Según Newzoo (2023), esta industria generó más de 184 mil millones de dólares en 2022, y se estima que superará los 200 mil millones de dólares para 2025, impulsada principalmente por la creciente búsqueda de experiencias interactivas y envolventes. En este contexto, los videojuegos que cuentan con narrativas y mecánicas de elección han cobrado importancia, debido al interés de los jugadores en vivir experiencias personalizadas que van más allá del pasivo.

En América latina, el sector de los videojuegos está en desarrollo, alcanzando un valor aproximado de 400 millones de dólares en 2022, con Perú destacándose como uno de los países con mayor crecimiento en la zona (Statista,2023). Un informe de Euromonitor (2023) indica que

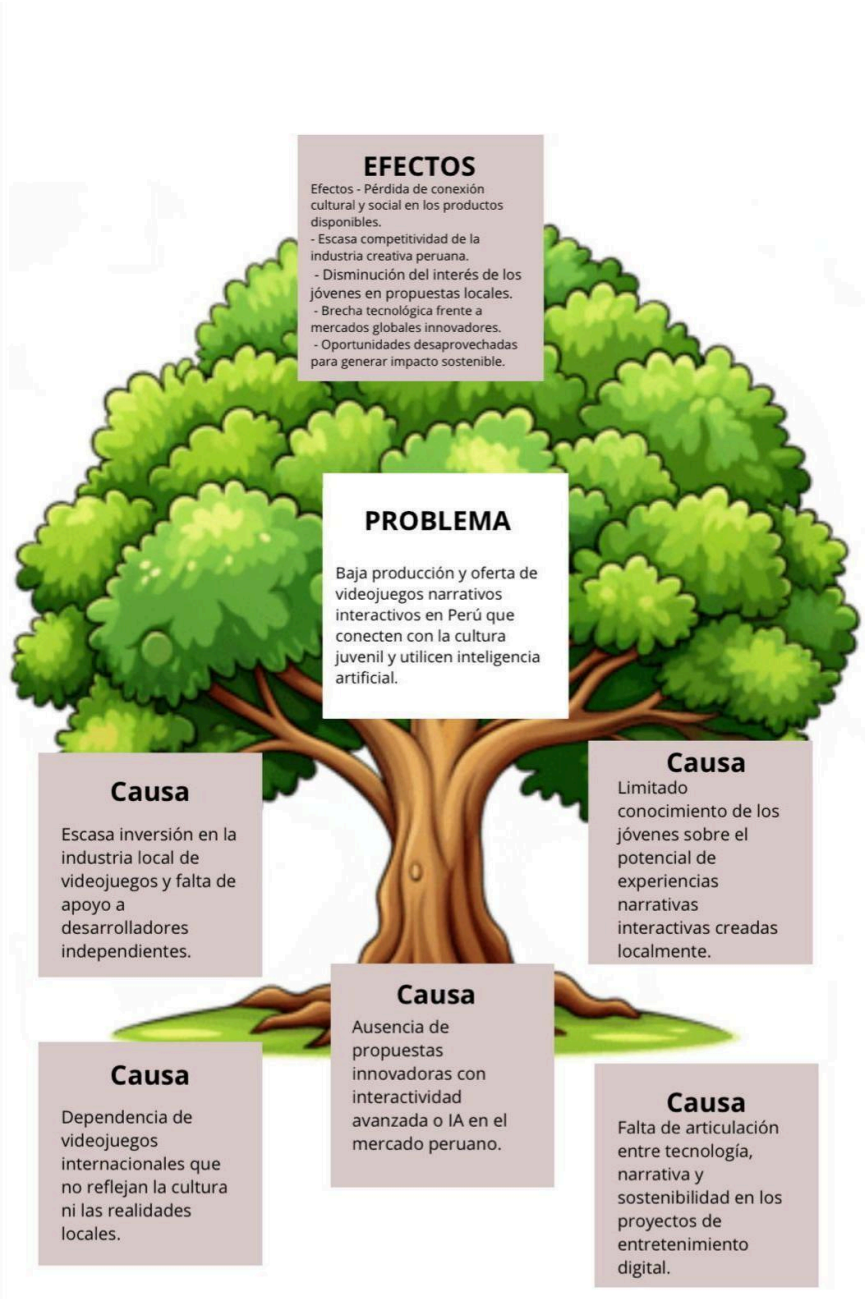
más del 60 por ciento de los jóvenes peruanos entre 18 y 30 años juegan videojuegos de forma habitual, principalmente a través de dispositivos móviles y computadores.

Aun así, el ecosistema local enfrenta retos significativos: el 90 por ciento de los juegos disponibles son de origen extranjero, lo que limita la representación cultural y reduce las oportunidades para el crecimiento de la producción nacional.

Esta situación presenta una doble oportunidad y un desafío: por un lado, existe una fuerte demanda entre los jóvenes por actividades digitales interactivas, y por otro, una falta de propuestas locales innovadoras que incorporen nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial. Adicionalmente, la saturación del mercado global aumenta la necesidad de distinguirse y eleva los costos de desarrollo y de marketing para los nuevos proyectos, mientras que las empresas locales deben enfrentar obstáculos técnicos y financieros para competir en el ámbito internacional

Figura 1

Árbol del problema



2.2 Población beneficiaria

La iniciativa se enfoca en jóvenes de Lima Metropolitana de entre 18 y 30 años pertenecientes a los NSE A Y B, que llevan un estilo de vida conectado y desean vivir experiencias de entretenimiento nuevas, interactivas, dinámicas y asequibles. Este grupo representa a la audiencia fundamental de LatinInteractivo, ya que son los que más

disfrutan de videojuegos, redes sociales y servicios de streaming, y buscan continuamente opciones creativas y adaptadas a sus preferencias.

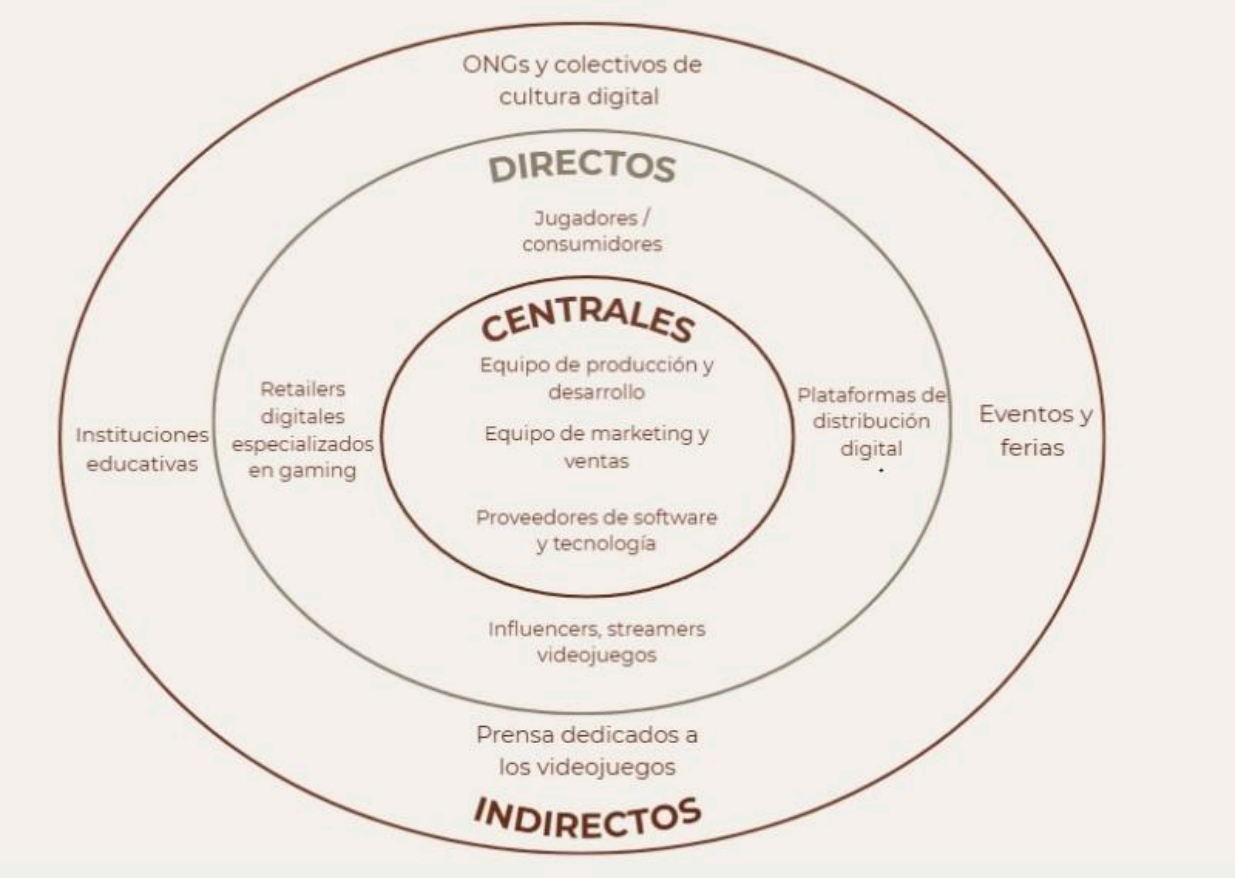
Un grupo que también se verá beneficiado de manera indirecta son los vendedores digitales, las plataformas de videojuegos y los eventos de innovación, quienes al contar con un producto como LatinInteractivo amplían su oferta de experiencias y descubren nuevas oportunidades de venta. De igual manera, los desarrolladores, creativos de la zona y programadores obtendrán ventajas de la zona y programadores obtendrán ventajas al participar en un entorno que favorece la producción de contenidos interactivos utilizando inteligencia artificial, lo que resultará en la creación de empleo y el intercambio de conocimientos.

Asimismo, los centros culturales y educativos tendrán la posibilidad de utilizar el videojuego como herramienta para investigar formas novedosas de narración digital, y las entidades gubernamentales y de regulación se beneficiarán de un proyecto que incorpora aspectos de sostenibilidad en su producción y distribución, alineándose con los objetivos de desarrollo Sostenible, concretamente con el ODS 09 de innovación y el ODS 12 de producción responsable.

En resumen, el proyecto no solo aporta valor a los consumidores finales, sino también a aquellos que integran el ecosistema creativo y tecnológico proporcionando beneficios económicos, sociales y medioambientales que refuercen la industria audiovisual y digital en la nación.

Figura 2

Mapa de actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Desarrollar y poner a disposición de los consumidores en Lima, en un año, el videojuego interactivo narrativo LatinInteractivo, donde los jugadores tendrán la capacidad de influir en el desarrollo de la trama y explorar diversos finales alternativos potenciados por inteligencia artificial. La iniciativa tiene como meta lograr una penetración del 5% en el sector juvenil de 18 a 30 años en Lima Metropolitana, desacatando por ser un producto innovador, accesible, de relevancia cultural y sostenible, contribuyendo así al avance de los ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura) y ODS 12 (Producción y consumo responsables).

2.3.1 Objetivos específicos

- Conducir en un periodo de 3 meses un análisis de mercado dirigido a 200 jóvenes de entre 18 y 30 años en Lima Metropolitana, con el objetivo de conocer sus patrones de consumo de videojuegos, las plataformas que más utilizan y sus gustos respecto a experiencias interactivas narrativas, para guiar el desarrollo del producto.

- Crear y comprobar, en un lapso de 6 meses, un prototipo jugable (demo) que contenga al menos una narrativa con opciones múltiples y finales alternativos con opciones múltiples y finales alternativos generados con ayuda de inteligencia artificial, mediante la realización de pruebas de usuario y encuestas de aceptación con un mínimo de 100 potenciales jugadores.

- Establecer, durante los primeros 12 meses del proyecto, un plan de sostenibilidad digital, que garantice que la distribución del videojuego ocurrirá únicamente en línea, minimizando así el impacto ambiental y optimizando recursos, en consonancia con los ODS 12 (Consumo sostenible).

- Lograr que, al cabo del primer año de funcionamiento, al menos el 60% de los jugadores encuestados consideren a LatinInteractivo como una opción única en comparación con los videojuegos narrativos convencionales, resaltando su valor adicional en interactividad, personalización y su conexión con la cultura juvenil peruana

2.4 Marco referencial

La innovación en el sector de los videojuegos va más allá de la simple mejora de gráficos o mecánicas, se centra en crear vivencias donde el jugador participa activamente en la historia. Juul (2013) sostiene que los videojuegos híbridos, que integran elementos lineales con componentes interactivos, son los que logran una mejor conexión de las audiencias actuales. En este contexto, LatinInteractivo se alinea con la preferencia de los jóvenes por experiencias inmersivas, donde sus decisiones impactan directamente en el curso de la narrativa.

La implementación de inteligencia artificial permite ampliar los límites de las narrativas lineales. Esta tecnología tiene la capacidad de examinar los patrones de decisión de los jugadores y, a partir de ellos, crear finales alternativos o variaciones en tiempo real, brindando al usuario una aventura única y en continua transformación.

Investigaciones recientes subrayan que la inclusión de IA en el diseño de experiencias creativas promueve la innovación y la diferenciación en al ámbito del entretenimiento digital (McDowell, 2021).

En el escenario global, experiencias como Bandersnatch de Netflix (2018) sentaron un hito al ofrecer a los televidentes la opción de decidir el desarrollo de la historia, evidenciando el interés por propuestas interactivas y no convencionales. Además, videojuegos como Detroit: Become Human (2018) y Life is Strange (2015) han reforzado la atracción de las narrativas ramificadas entre los jóvenes. Sin embargo, en América Latina todavía no existen iniciativas de gran envergadura que utilicen la inteligencia artificial como herramienta narrativa, lo que hace que LatinInteractivo sea un proyecto innovador en esta región.

En Perú, el videojuego independiente Tunche (Leap Game Studios, 2021) mostró que los desarrolladores locales son capaces de crear productos competitivos globalmente, incorporando además elementos culturales autóctonos. Este precedente confirma que hay talento y demanda en el mercado local para propuestas innovadoras, aunque el área de narrativas interactivas con IA sigue siendo un terreno poco explorado.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

La primera fase en la creación de LatinInteractivo consiste en entender a fondo a nuestros usuarios.

Investigamos sus patrones de consumo digital, deseos, motivaciones, insatisfacciones y comportamientos, con el objetivo de formular una propuesta que efectivamente responda a sus expectativas y no sea sencillamente una moda pasajera en el ámbito del entretenimiento.

Para ello, aplicamos la herramienta del arquetipo de usuario, que nos facilitó el crear un perfil del usuario ideal de nuestro producto y conocer más de cerca sus preferencias, forma de vida y pasatiempos. Esta herramienta nos permitió definir de manera más precisa quien es nuestro público, que busca en las plataformas digitales, qué tipo de contenido aprecia y qué experiencias anticipa de una narrativa interactiva en redes sociales.

A través de este análisis, descubrimos que estos usuarios desean involucrarse de manera activa en las historias que consumen, tomando decisiones que afecten el desarrollo narrativo. Valoran los contenidos que resuenan con su cultura, con referencias visuales, lingüísticas y sociales que les representen. También desean experiencias que sean personalizables, rápidas y fáciles de acceder, en armonía con su estilo de vida conectado y multitarea.

Identificamos también que la mayoría prefiere Tik Tok, Instagram y Youtube Shorts como sus principales fuentes de entretenimiento. Buscan producciones que sean visualmente llamativas, creativas y genuinas, que les brinden la oportunidad de interactuar, comentar y compartir con sus comunidades. La interactividad, la originalidad y la identificación cultural son elementos clave para captar interés.

Finalmente, los usuarios de LatinIteractivo se sienten más atraídos por propuestas innovadoras con significado, que no solo ofrecen entretenimiento, sino que también establecen una conexión emocional y reflejan la diversidad cultural de América Latina. Por eso, nuestro enfoque se centra en fusionar la tecnología de narración interactiva con relatos locales, creando un espacio donde cada espectador puede ser un participante activo en la historia.

Figura 3

Arquetipo de usuario



2.5.2 Información sobre el Mercado

La primera fase en la creación de LatinInteractivo consiste en entender a fondo a nuestros usuarios.

Investigamos sus patrones de consumo digital, deseos, motivaciones, insatisfacciones y comportamientos, con el objetivo de formular una propuesta que efectivamente responda a sus expectativas y no sea sencillamente una moda pasajera en el ámbito del entretenimiento.

Para ello, aplicamos la herramienta del arquetipo de usuario, que nos facilitó el crear un perfil del usuario ideal de nuestro producto y conocer más de cerca sus preferencias, forma de vida y pasatiempos. Esta herramienta nos permitió definir de manera más precisa quien es nuestro público, que busca en las plataformas digitales, qué tipo de contenido aprecia y qué experiencias anticipa de una narrativa interactiva en redes sociales.

A través de este análisis, descubrimos que estos usuarios desean involucrarse de manera activa en las historias que consumen, tomando decisiones que afecten el desarrollo narrativo. Valoran los contenidos que resuenan con su cultura, con referencias visuales, lingüísticas y sociales que les representen. También desean experiencias que sean personalizables, rápidas y fáciles de acceder, en armonía con su estilo de vida conectado y multitarea.

Identificamos también que la mayoría prefiere Tik Tok, Instagram y Youtube Shorts como sus principales fuentes de entretenimiento. Buscan producciones que sean visualmente llamativas, creativas y genuinas, que les brinden la oportunidad de interactuar, comentar y compartir con sus comunidades. La interactividad, la originalidad y la identificación cultural son elementos clave para captar interés.

Finalmente, los usuarios de LatinIteractivo se sienten más atraídos por propuestas innovadoras con significado, que no solo ofrecen entretenimiento, sino que también establecen una conexión emocional y reflejan la diversidad cultural de América Latina. Por eso, nuestro enfoque se centra en fusionar la tecnología de narración interactiva con relatos locales, creando un espacio donde cada espectador puede ser un participante activo en la historia

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

LatinInteractivo se clasifica dentro del ámbito de contenido audiovisual interactivo en formato breve, adoptando un enfoque innovador que fusiona la narrativa, la participación y la cultura latinoamericana. Esto consiste en una serie de microhistorias destinadas a plataformas digitales como Tik Tok, donde los espectadores tienen la capacidad de tomar decisiones que alteran el curso de la historia, convirtiéndo así en protagonistas del relato.

De acuerdo con Expresso Company (2025), “el usuario promedio en Latinoamérica actualmente invierte entre 60 y 90 minutos diariamente en Tik Tok, lo que evidencia el elevado consumo y la oportunidad de crear propuestas interactivas en esta plataforma.

El proyecto está orientado a jóvenes latinoamericanos de entre 18 y 30 años, quienes son nativos digitales que consumen contenido breve, visual y participativo. Su finalidad es transformar el consumo pasivo de videos en una experiencia interactiva, integrando elementos visuales, lingüísticos y temáticos que reflejan el contexto local.

El valor de la propuesta de LatinInteractivo se ha definido mediante herramientas de conceptualización, no sólo se pretende entretener, sino también otorgarle la oportunidad de decidir, y participar en la narrativa.

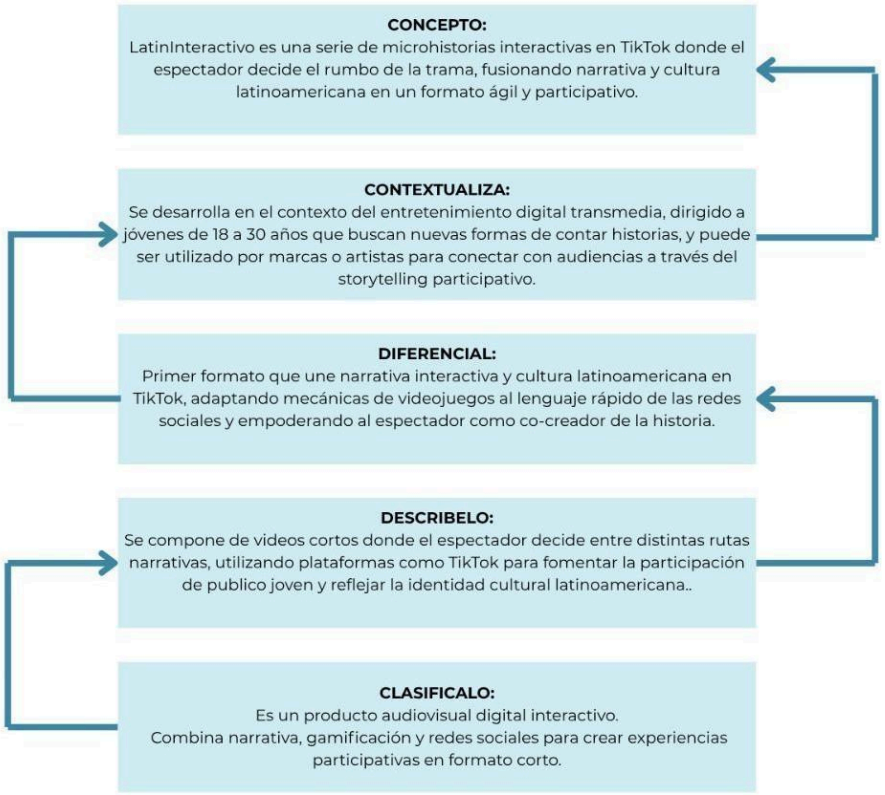
Figura 4

Lienzo propuesta de valor



Figura 5

Ruta de conceptualización



2.5.4 Diseño de producto/servicio

LatinInteractivo es una plataforma interactiva de multimedia creada para redes sociales como TikTok, donde los usuarios pueden involucrarse de manera activa en la evolución de la trama al tomar elecciones que alteran su inicio, desarrollo y desenlace.

El servicio combina narraciones cortas con una interfaz fácil de usar, emulando la lógica de un juego narrativo dentro de un formato de video breve.

Cada narrativa se divide en micro capítulos que duran entre 2 y 5 minutos, con puntos de decisiones donde el espectador escoge entre diferentes opciones, permitiendo así múltiples trayectorias narrativas. La interfaz incluye botones o zonas táctiles que

hacen más sencilla la selección, priorizando una visibilidad clara y una respuesta ágil.

El diseño visual está orientado a resonar con los jóvenes de Latinoamérica, al incluir elementos culturales, alusiones locales y lenguajes característicos de la región. Su estética busca mantener una identidad brillante, contemporánea y representativa, con tipografía dinámica, colores llamativos y diseños visuales inspirados en la estética digital moderna.

Este enfoque transforma el consumo tradicional de contenido en una experiencia envolvente, donde el usuario no solo observa, sino que también se convierte en un colaborador de la narrativa, reforzando así el vínculo emocional y la identificación cultural.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negro de LatinInteractivo se centra en brindar una experiencia audiovisual participativa que une interacción, cultura latinoamericana y avance digital, enfocándose mayormente en jóvenes de 18 a 30 años que desean contenido activo, representativo y que invite a la interacción en plataformas como TikTok.

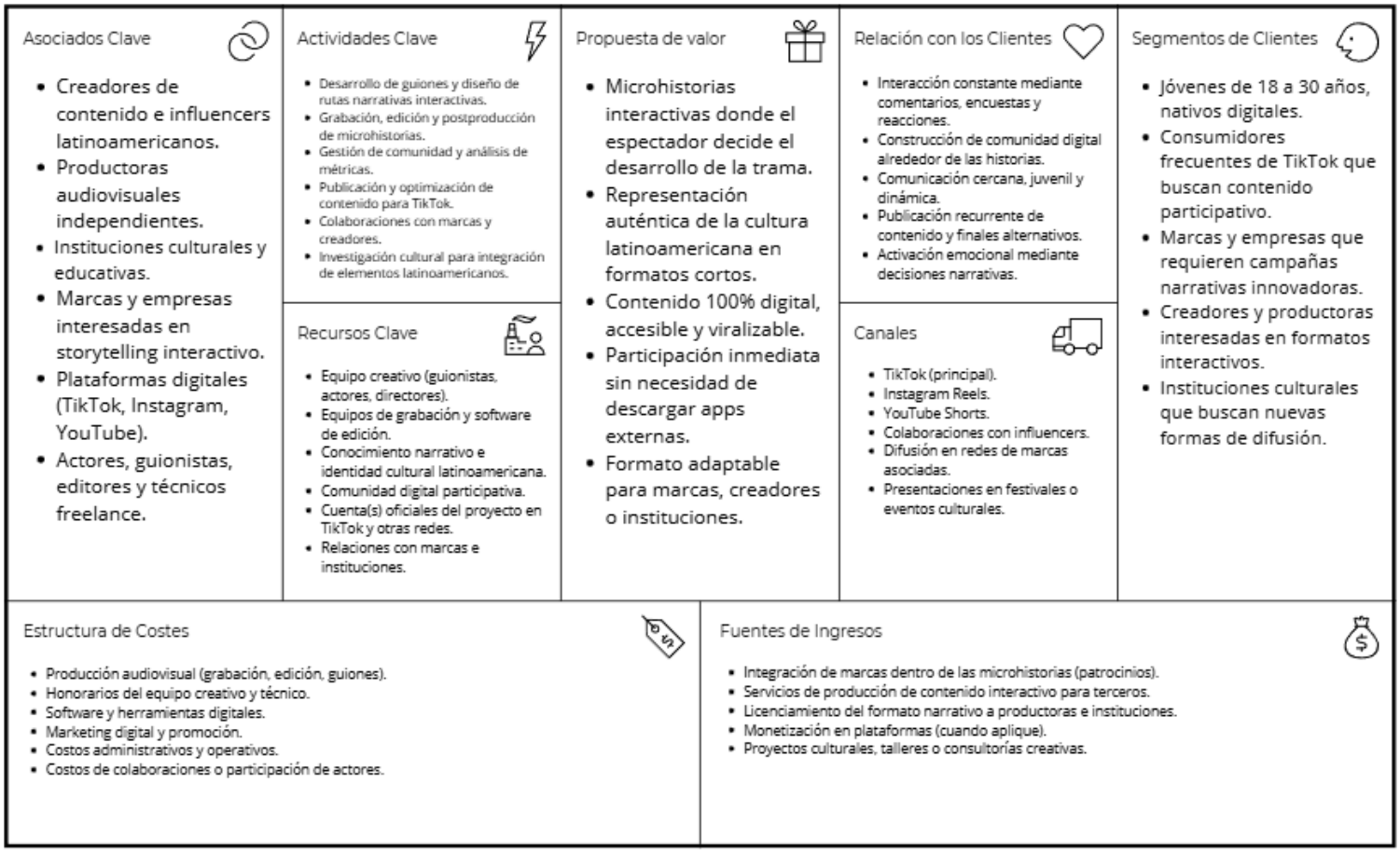
Este método se apoya en una propuesta de valor que se distingue del contenido audiovisual convencional, incluyendo relatos breves donde el espectador tiene la capacidad de influir en la dirección de la narración, transformándose en protagonista y coautor. En cuanto a su estrategia de mercadeo, LatinInteractivo adopta un modelo mixto: en un lado, colabora con marcas, artistas e entidades culturales mediante asociaciones, patrocinios y contenido interactivo adaptado; en el otro, proporciona servicios de producción y licenciamiento de formatos narrativos para firmas en el ámbito creativo y audiovisual.

Además, su presencia en redes digitales facilita la conexión con una audiencia extensa sin costosas tarifas de distribución, aumentando la posibilidad de viralidad y la

sostenibilidad del proyecto. De este modo, la marca se establece como una opción innovadora y culturalmente pertinente en el mercado del entretenimiento digital en Latinoamérica. Todo esto se describe en el Business Model Canvas creado para el proyecto.

Figura 6

Business Model Canvas



El equilibrio financiero del proyecto se consigue cuando los ingresos producidos por LatinInteractivo se igualan a la inversión inicial de S/ 27,295. Esto se logra al ofrecer el proyecto como un conjunto completo de 12 microhistorias interactivas, cada una con 3 finales diferentes. En un contexto conservador, este equilibrio se alcanza en el segundo mes tras el lanzamiento, una vez que se ha asegurado al menos un patrocinador para la temporada y de dos a tres marcas que estén integradas en las narraciones. Dado que gran parte de los gastos son fijos, como los

relacionados con la preproducción, el equipo y la estructura narrativa, y los finales alternativos no implican gastos adicionales, el proyecto puede recuperar la inversión durante la salida de la primera mitad del contenido. Esto demuestra su viabilidad económica y su potencial para generar beneficios en futuras versiones.

2.5.6 Resultados esperados

Al entrar en el mercado digital de América Latina, LatinInteractivo aspira a establecerse como una opción innovadora en el ámbito de contenido interactivo en plataformas como TikTok, destacando por su enfoque participativo y su genuina incorporación de elementos culturales de América Latina. El resultado deseado implica una recepción favorable por parte de los jóvenes de entre 18 y 30 años, quienes buscan experiencias digitales vibrantes, representativas y creativas que encarnan su identidad y modo de vida.

En el primer año, se anticipa un crecimiento constante en la interacción, logrando establecer una comunidad activa en torno a las microhistorias y captar altas tasas de participación a través de votaciones, comentarios y decisiones narrativas. También se prevé que LatinInteractivo sea visto como un formato innovador y relevante culturalmente, capaz de diferenciarse de los contenidos tradicionales de la plataforma.

Esta posición facilitará la creación de lealtad, viralidad orgánica y una presencia continua en el ecosistema digital juvenil, además de captar el interés de marcas, creadores e instituciones culturales que busquen nuevas maneras de comunicación interactiva. En resumen, LatinInteractivo se perfila como un referente emergente en el entretenimiento participativo y la narrativa digital de América Latina.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Como parte del proceso de validación de la propuesta de valor de LatinInteractivo, se crearon dos versiones: una de baja definición y otra de alta definición.

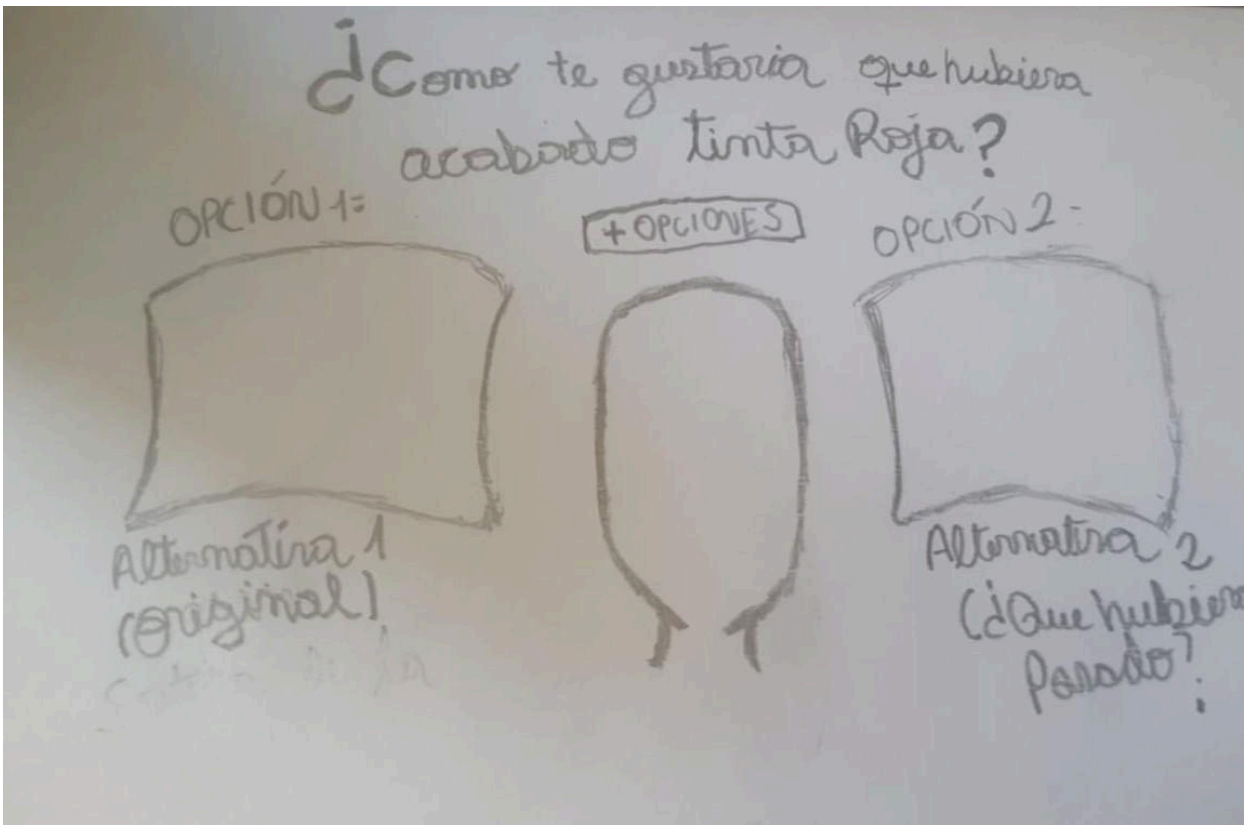
Ambos prototipos fueron diseñados utilizando herramientas del Toulouse Thinking, como el Checklist de Prototipado y el Tablero de Control, para evaluar la claridad del concepto, la interacción del usuario y la viabilidad técnica del formato.

2.5.7.1 Prototipo de baja definición

El prototipo de baja definición fue un esquema dibujado a mano que ilustró la mecánica de una historia con diversas opciones de elección, facilitando la visualización del flujo narrativo y la participación del usuario.

Figura 7

Modelo de baja definición



2.5.7.2 Prototipo de alta definición

El prototipo de alta definición fue una simulación digital móvil, que demuestra cómo el espectador puede seleccionar entre diferentes momentos importantes de la historia, en este caso el final de la película peruana Tinta roja (2003).

Figura 8

Modelo de alta definición



Mediante la tabla de creación del prototipo logramos entender el procedimiento de diseño y validación de los modelos de LatinInteracitivo, creados con el objetivo de medir la claridad del formato interactivo y la vivencia del usuario respecto a la propuesta. En esta fase, se intentó verificar si la interfaz y la dinámica de selección transmiten correctamente los valores del proyecto, así como la funcionalidad y grado de interacción con el público.

Figura 9

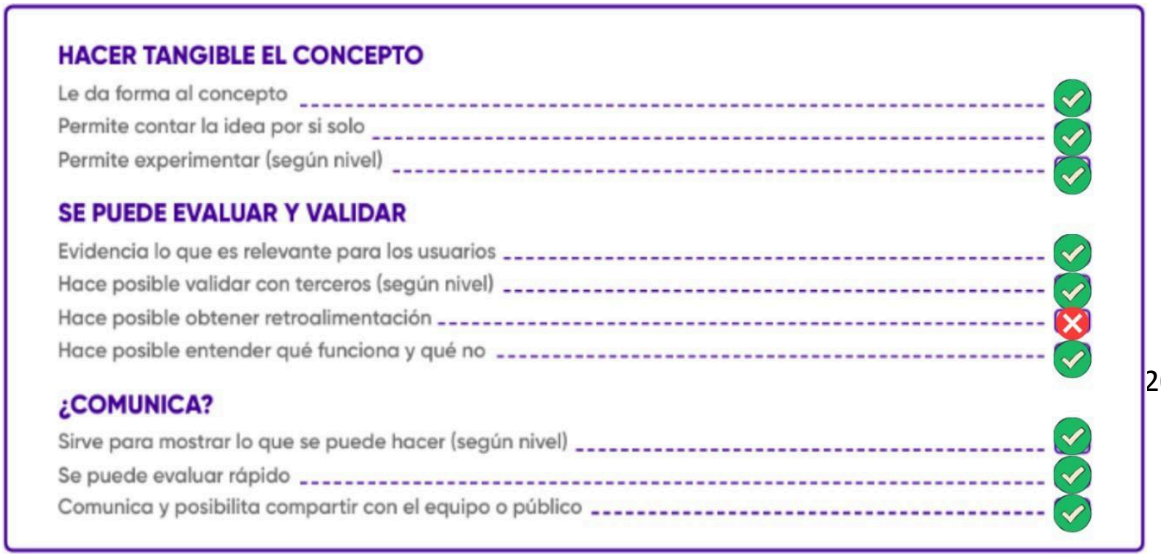
Tablero de Creación de Prototipo



Asimismo, se creó una lista de verificación de prototipos para analizar el modelo de LatinInteractivo, lo que posibilitó confirmar que los prototipos satisfacen los requisitos necesarios para expresar, validar y materializar el concepto interactivo del proyecto.

Figura 10

Checklist de prototipado



2.5.8 Experimentos

Para validar las hipótesis del proyecto, se llevó a cabo una encuesta en línea a través de Google Forms, a jóvenes entre 17 y 28 años. El propósito era estudiar sus patrones de consumo de contenido audiovisual, la frecuencia y modalidad de uso de plataformas digitales, así como su interés en contenido interactivo y culturalmente relevante. Los hallazgos revelan que el 100% de los encuestados utiliza redes sociales varias veces al día, siendo tik tok la opción preferida por el 72.7%. principalmente accediendo desde el teléfono móvil y mayormente por la noche. En términos de contenido consumido, destaca el humor y entretenimiento (50%), seguido por música y arte (25%) y series breves (16.7%).

Asimismo, el 75% de los jóvenes muestra un gran interés en historias que reflejen su cultura o país, sintiendo que su entorno está "muy" o "algo" representado en el contenido digital. En cuanto a las razones por las que ven un video completo, la mayoría (50%) menciona que una buena narrativa es crucial, junto con la calidad visual y la conexión emocional con los personajes. Referente a la interacción, el 66.7% prefiere participar mediante votaciones o reacciones, mientras que el 83.3% desea que sus decisiones impactan directamente el próximo episodio o vídeo, confirmado así el enfoque que los temas más atractivos son la comedia (36.4%), seguida de romance, misterio y fantasía con igual porcentaje (18.2% cada uno). Por último, el 91.7% opina que tik tok es la plataforma idónea ara promover historias con una identidad cultural, y el 83.3%. expresa su deseo de que haya mas contenido que combine cultura y participación pública

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación LatinInteractivo se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas, y busca resolver la falta de contenido interactivo con identidad latinoamericana en plataformas digitales, aprovechando la oportunidad de generar experiencias participativas para jóvenes usuarios. La población beneficiaria está conformada por

jóvenes latinoamericanos entre 18 y 30 años, usuarios intensivos de TikTok y redes sociales (ver arquetipo).

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para entender al usuario desde sus necesidades y motivaciones, y Lean Startup para impulsar la validación e implementación de la propuesta. Estas herramientas incluyen el desarrollo del arquetipo de usuario, el mapa de actores para analizar el contexto y el mercado, el mapa de trayectoria para estructurar la experiencia del usuario, el canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador y el modelo de negocio para evaluar la sostenibilidad del proyecto, los cuales se presentan detalladamente en el documento.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una serie de microhistorias audiovisuales interactivas donde el espectador decide el rumbo narrativo en tiempo real, integrando elementos culturales latinoamericanos y dinámicas participativas propias de TikTok (ver canvas de propuesta de valor). Se trata de un servicio digital que combina narrativa interactiva, representación cultural y alto potencial de viralización. Aporta en el triple balance al generar impacto social mediante identidad cultural; económico, por su modelo escalable y accesible; y ambiental, al basarse en producción completamente digital sin uso de materiales físicos.

Para la experimentación se diseñaron dos prototipos: uno de baja fidelidad, basado en un storyboard interactivo, que permitió validar la estructura narrativa y las decisiones del usuario; y uno de alta fidelidad, un piloto audiovisual simulado dentro del formato TikTok, para evaluar interacción, claridad narrativa y retención del público. Las pruebas digitales mostraron alto interés por la participación, valorización del contenido cultural y buena comprensión del formato interactivo.

Se concluye que la solución propuesta es viable, relevante y atractiva para el público objetivo, y que responde a una necesidad real en el mercado digital. Se recomienda continuar con nuevas interacciones narrativas, ampliar la variedad de historias,

desarrollar alianzas con marcas y creadores, y avanzar hacia la masificación regional del proyecto mediante su distribución en plataformas adicionales y su posible licenciamiento.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Categoría	Concepto	Detalle	Costo (S/.)
1. PREPRODUCCIÓN	Investigación de usuarios	Encuestas, entrevistas, análisis	S/400
	Diseño del concepto	Ruta de conceptualización, narrativa	S/ 600
	Escritura de guion interactivo	4–6 historias + decisiones	S/1200
	Storyboard + planificación visual	6 episodios	S/ 800
	Casting	Selección + pruebas	S/ 300
	Permisos	Espacios públicos	S/ 200
	Planificación de producción	Cronograma, logística	S/300
Subtotal Preproducción			S/ 3800
2. PRODUCCIÓN – Equipo humano	Director	3 días	S/ 1000
	Guionista (seguimiento)	3 días	S/ 600
	Director de fotografía	3 días	S/ 900
	Sonidista	3 días	S/ 700
	Fotógrafo/BTS	2 días	S/ 300
	Actores principales (3)	Honorarios	S/ 1200
	Extras (4)	Honorarios	S/ 300
	Asistente de producción	3 días	S/ 300
Subtotal Personal			S/ 5300
2. PRODUCCIÓN – Equipamiento	Cámara profesional		S/ 600
	Micrófonos + grabadora		S/ 300
	Luces LED portátiles		S/ 250
	Trípode + estabilizador		S/ 200
	Set básico de arte		S/ 350
Subtotal Equipamiento			S/ 1700
2. PRODUCCIÓN – Logística	Transporte		S/ 250
	Alimentación		S/ 300
	Locaciones		S/ 700
	Subtotal Logística		S/ 1250
TOTAL PRODUCCIÓN			S/ 8250
3. POSTPRODUCCIÓN	Edición de video	6 microhistorias + 12 finales	S/ 1200
	Colorización	Corrección + look visual	S/ 600
	Diseño sonoro	Limpieza + mezcla	S/ 400
	Animaciones/UI	Pantallas y transiciones	S/ 500
	Exportaciones múltiples	1080x1920 + loop	S/ 250
Subtotal Postproducción			S/ 2950
4. SOFTWARE Y HERRAMIENTAS	Adobe Creative Cloud		S/ 120
	CapCut Pro		S/ 25
	IA (Midjourney/SD)		S/ 80
	Notion / Miro		S/ 30
	Música libre de derechos		S/ 120
Subtotal Software			S/ 375
5. MARKETING Y DIFUSIÓN	TikTok Ads		S/ 500
	Piezas promocionales		S/ 250
	Community Manager (1 mes)		S/ 600
	Influencers micro		S/ 600
Subtotal Marketing			S/ 1950
6. VALIDACIÓN Y TESTEO	Pruebas A/B		S/ 200
	Encuestas		S/ 150
	Incentivos (giftcards)		S/ 200
Subtotal Validación			S/ 550
7. COSTOS INDIRECTOS	Contingencia (10%)		S/ 1920
	Transporte adicional		S/ 250
	Gestión administrativa		S/ 250
Subtotal Indirectos			S/ 2420
			S/ 27,295

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

La implementación del proyecto LatinInteractivo permitió comprobar que hay un interés genuino y en aumento entre los jóvenes de Latinoamérica por contenidos audiovisuales interactivos que incluyen aspectos culturales propios de la región. Las pruebas llevadas a cabo con los prototipos mostraron que la participación activa de los usuarios a través de elecciones, produce una mayor interacción. Además se determinó que la inclusión de los elementos culturales es un aspecto que distingue y mejora la conexión del público con la propuesta, lo que favorece su potencial viral. La evaluación del modelo comercial validó que LatinInteractivo es una opción factible, escalable y flexible tanto para los usuarios como para marcas, entidades culturales y creadores de contenido.

4.2 Recomendaciones

Se sugiere llevar a cabo una nueva fase del proyecto ampliando las opciones de tramas, ofreciendo una mayor variedad de temas y reforzando el componente cultural en cada relato. Es recomendable efectuar pruebas A/B adicionales para perfeccionar los formatos, la extensión y las dinámicas de interacción asi como investigar asociaciones estratégicas con influencers, creadores y marcas que ayuden a acelerar la visibilidad del proyecto. Asimismo, se propone crear una miniserie piloto completa que afiance la propuesta y funcione como cimiento para extensión del formato en otras plataformas. Para aumentar su sostenibilidad cultural y marcas interesadas en contenidos innovadores y participativos.

Con el fin de garantizar el desarrollo del proyecto, se sugiere la creación de un sistema de supervisión constante fundamentado en indicadores esenciales como la retención, el nivel de interacción, los comentarios, las comparticiones, el aumento de seguidores y la implicación en decisiones narrativas. Esto permitirá detectar nuevos hábitos de consumo, modificar el contenido de manera veloz y mantener la pertinencia en un entorno digital muy variable. Además se aconseja la implementación de un calendario mensual de seguimiento que contemple la revisión de indicadores, la evaluación de tendencias y el análisis del comportamiento del público. Para concluir, se recomienda registrar las lecciones aprendidas de cada publicación y prototipo para desarrollar un proceso de mejora continua que facilite la ampliación y profesionalización del proyecto.

V. Referencias Bibliográficas

DataReportal.(2024).Digital 2024 : Global overview report . https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report

Gu, R., Li, H., Su, C., & Wu, W. (2023). Innovative digital storytelling with AIGC: Exploration and discussion of recent advances. arXiv. https://arxiv.org/abs/2309.14329

INMA.(2024).Short-from & user-generated content are among top social media trends for 2025 https://www.inma.org/blogs/social-media/post.cfm/short-form-video-user-generated-content-are-among-top-social-media-trends-for-2025

Jenkins, H. (2006). Convergence culture. https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communication-zangana-jenkins-2006.pdf

Juul, J. (2013). The art of failure: An essay on the pain of playing video games. MIT Press. https://mitpress.mit.edu/9780262313131/the-art-of-failure/

Sounds and Colours. (2023). Emerging trends in the gaming industry in Latin America. Sounds and Colours. https://soundsandcolours.com/subjects/travel/emerging-trends-in-the-gaming-industry-in- latin-america-75328/

UNESCO .(2023) .Cultural and creative industries in Latin America : Challenges and opportunities https://publications.iadb.org/en/cultural-industries-latin-america-and-caribbean-challenges-and-opportunities

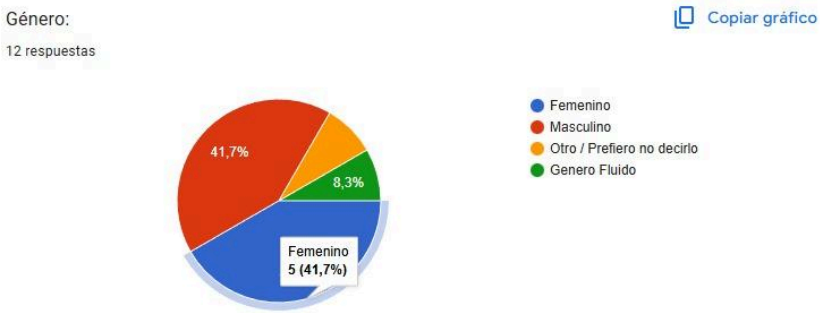
Writer's Block Magazine. (2022, May 23). Artificial intelligence and the future of storytelling. Writer's Block Magazine. https://writersblockmagazine.com/2022/05/23/artificial-intelligence-and-the-future-of-story telling/

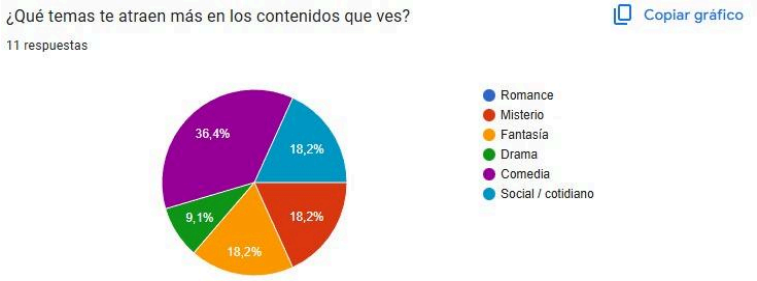
Yaguara.(2024).Short-form video statistics : Engagement & growth insights https://www.yaguara.co/short-form-video-statistics/

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Encuestas


12 respuestas
Vincular con Hojas de cálculo
Resumen
Pregunta
Individual
Edad: _____
Copiar gráfico
12 respuestas
3
2
1
0
1 (8,3 %)
3 (25 %)
1 (8,3 %)
2 (16,7 %)
2 (16,7 %)
1 (8,3 %)
1 (8,3 %)
1 (8,3 %)
17
21
21 años
22
23
26
27
28

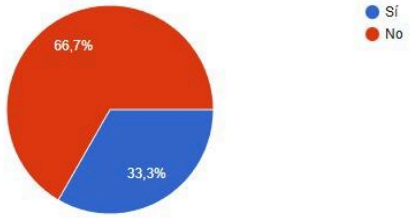

Género:
Copiar gráfico
12 respuestas
41,7%
8,3%
Femenino
5 (41,7%)
Femenino
Masculino
Otro / Prefiero no decirlo
Genero Fluido


¿Qué temas te atraen más en los contenidos que ves?
Copiar gráfico
11 respuestas
36,4%
18,2%
9,1%
18,2%
18,2%
Romance
Misterio
Fantasía
Drama
Comedia
Social / cotidiano

¿Has participado en videos donde puedes decidir el final o influir en la historia?

Copiar gráfico

12 respuestas



¿Qué tan interesado estás en participar en una historia donde tus decisiones cambien la trama?

Copiar gráfico

12 respuestas

