ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Pveblo Eterno: Proyecto transmedia documental para la construcción y visibilización de la identidad del hincha del club Alianza Lima en Lima Metropolitana

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

PRESENTADA POR

Juan Anthony Delgado Huamani
DNI: 75183265, Perú

Yamile Alexandra Santos Del Castillo
DNI: 73064015, Perú

ASESOR

Juan Miguel Chunga Chunga
DNI: 74084320, Perú
ORCID: 0000-0001-6788-8540

JURADO

Jesus Leonardo Vivanco Enriquez
Kelly Doris Sánchez Villanueva
Cesar Efrain Rojas Gordillo

Lima, septiembre 2026

Informe-0000027969-0000021011-DELGADO-SANTOS.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614199709

Fecha de entrega
13 ago 2026, 8:40 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
13 ago 2026, 10:16 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000027969-0000021011-DELGADO-SANTOS.pdf

Tamaño del archivo
3.8 MB

60 páginas

7930 palabras

45.908 caracteres

24% Similitud general

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

Fuentes principales

11% Fuentes de Internet
3% Publicaciones
23% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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.

Agradecimiento

A mis padres, Juan y Ana, quienes con su amor, esfuerzo y sacrificio me han brindado las herramientas para alcanzar cada una de mis metas. Gracias por creer en mí incluso en los momentos más difíciles, por enseñarme el valor de la perseverancia y por ser el ejemplo que inspira cada uno de mis logros. Esta tesis es también de ustedes, porque sin su apoyo incondicional nada de esto habría sido posible.
Con todo mi cariño y eterna gratitud, les dedico este trabajo.

Juan Anthony Delgado Huamani

Agradezco a mis padres, Gissela y Marcos, por su apoyo incondicional, por acompañarme en todo este proceso y por estar conmigo cuando más los necesité. Ellos son mi motor y una de las razones por las que sigo adelante.
A mamita Eli, por ser como una segunda madre para mí y por ayudarme a encaminarme en la vida. A mi hermana, por darme siempre esa alegría y carisma que me acompañaron durante todo este proceso. Y al papá de mi hermana, quien con el tiempo se convirtió también en un segundo papá para mí.
A los amigos que conocí durante esta carrera, por todos los momentos y experiencias que compartimos. Y, en especial, a aquellos que con el tiempo dejaron de ser solo amigos y se convirtieron en personas que considero como hermanos.
Y un beso hasta el cielo para mi tía Elena y mi perrita Luna, quienes solo pudieron ver una pequeña parte de este logro. Aunque ya no estén aquí, sé que siempre estarán conmigo y que, de alguna manera, también son parte de este momento.
A todos ustedes, gracias por acompañarme, apoyarme y estar presentes durante este camino.

Yamile Alexandra Santos Del Castillo

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 4

2.1 Planteamiento del Problema 4

2.1.1 Problema 4

2.1.2 Causas 5

2.1.3 Consecuencias 5

2.14 Objetivos de Desarrollos Sostenibles (ODS) 6

2.2 Población beneficiaria 6

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 8

2.4.1 Antecedentes del Problema y de la Innovación 8

2.4.2 Consideraciones Técnicas 9

2.4.3 Casos de Referencia (Benchmarking) 10

2.5 Proceso creativo y experimentos 11

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 11

2.5.2 Información sobre el Mercado 13

2.5.2.1 Oportunidad del Mercado 13

2.5.2.2 Análisis de Competencia 13

2.5.2.3 Barreras de Entrada 14

2.5.2.4 Alcance Esperado 14

2.5.2.5 Segmento Objetivo 14

2.5.2.6 Demanda Potencial 14

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 15
2.5.4 Diseño de producto/servicio 18
2.5.5 Modelo de Negocio 20
2.5.6 Resultados esperados 21
2.5.7 Prototipos desarrollados 22
2.5.8 Experimentos 224

III. Estimación de costos 36

3.1 Presupuesto **36**

IV. Conclusiones y recomendaciones 38

4.1 Conclusiones 38

4.2 Recomendaciones 39

V. Referencias 39

VI. Anexos 41

6.1 Anexo 1: Uso de IA 41

6.2 Anexo 2: Evidencias 43

6.2.1 Evidencia de Encuestas Nº1 43
6.2.2 Evidencia de Encuestas Nº2 46
6.2.3 Evidencia de Encuestas Nº3 48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Presupuesto* 37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Arbol de Problemas* 4
Figura 2 *Mapa de Actores* 7
Figura 3 *Arquetipo de Usuario* 12
Figura 4 Mapa de Empatía 13
Figura 5 *Scamper* 16
Figura 6 *Ruta de Conceptualización* 17
Figura 7 *Propuesta de Valor* 18
Figura 8 *Triple Balance* 20
Figura 9 *Modelo Canvas* 21
Figura 10 *Boceto prototipo general* 23
Figura 11 *Versión 1 Inicio* 23
Figura 12 *Versión 1 Perfil* 24
Figura 13 *Versión 1 Series* 24
Figura 14 *Versión 1 Mapa Interactivo* 25
Figura 15 *Versión 2 Inicio Interactivo* 26
Figura 16 *Versión 2 Inicio - Quiénes Somos* 26
Figura 17 *Versión 2 Inicio - Formulario* 27
Figura 18 *Versión 2 Capsulas Digitales* 27
Figura 19 *Versión 2 Series* 28
Figura 20 *Versión 2 Mapa Interactivo* 28
Figura 21 *Versión 2 Comunidad* 29
Figura 22 *Versión 3 Inicio Interactivo* 30
Figura 23 *Versión 3 Inicio Interactivo - Quiénes Somos - Qué Queremos Lograr* 30
Figura 24 *Versión 3 Inicio Interactivo Formulario de Participación* 31
Figura 25 *Versión 3 Capsulas Digitales Interactivo* 31
Figura 26 *Versión 3 Series Interactiva* 32
Figura 27 *Versión 3 Series Interactiva - Se parte de la Historia* 32
Figura 28 *Versión 3 Mapa Interactivo* 33

Figura 29 *Versión 3 Comunidad Interactiva* 33
Figura 30 *Versión 3 Tabla de Creación de prototipo 1* 34
Figura 31 *Versión 3 Tabla de Creación de prototipo 2* 35
Figura 32 *Versión 3 Tabla de Creación de prototipo 3* 36

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Pveblo Eterno: Proyecto transmedia documental para la construcción y visibilización de la identidad del hincha del club Alianza Lima en Lima Metropolitana

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Pveblo Eterno 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 limitada participación de los hinchas del club Alianza Lima en las narrativas audiovisuales deportivos digitales, teniendo como población beneficiaria a hinchas de Alianza Lima entre 18 y 30 años residentes en Lima Metropolitana, consumidores de contenido digital y usuarios activos de redes sociales.

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 una experiencia transmedia participativa que integra una plataforma digital donde los hinchas pueden compartir historias, testimonios, fotografías y experiencias relacionadas con su identidad como aficionados de Alianza Lima. Se trata de una propuesta digital compuesta por cápsulas audiovisuales, series documentales, un mapa interactivo y una plataforma de participación ciudadana que promueve la construcción colectiva de memoria e identidad cultural. Igualmente genera valor social al propiciar un sentido de pertenencia de la comunidad; valor económico mediante oportunidades de monetización y alianzas

estratégicas; y valor ambiental mediante la priorización de formatos digitales que disminuyan el uso de materiales físicos.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) como: baja definición, media definición y alta definición utilizando bocetos digitales elaboradas en Stitch Google para evaluar la navegabilidad, la distribución y experiencia visual del usuario. Se realizaron encuestas digitales con 20 participantes en la fase de media definición, con 30 encuestados para la etapa de alta definición. Se identificaron mejoras en cuanto el dinamismo de la página web, los botones de acción, el estilo visual y la distribución de imágenes y texto. Los resultados concluyen que la página es atractiva y fácil de navegar, ya que es dinámico para la experiencia del usuario teniendo una actitud positiva frente a herramientas que faciliten la interacción, la co-creación y el intercambio de experiencias entre aficionados.

Se concluye que la solución propuesta va a contribuir de forma extraordinaria a la incentivación de la participación activa de los usuarios en las historias o narrativas deportivas digitales, así como también a potenciar la preservación de la identidad cultural del hincha de Alianza Lima utilizando herramientas digitales transmedia participativas y se recomienda continuar con el desarrollo de una versión beta de la plataforma, al menos en una versión más funcional, así como también, ampliar las pruebas de los usuarios reales en el uso de esta herramienta, y optimizar las posibles sinergias que se pueden abrir en la dirección de la sostenibilidad y escalabilidad del proyecto en el tiempo.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En los últimos años, el auge de los entornos digitales ha cambiado drásticamente la manera en la que las personas consumen e interactúan con los contenidos audiovisuales. Las audiencias actuales, en especial los jóvenes que utilizan plataformas digitales han pasado de ser solo espectadores a intervenir activamente en espacios de interacción, de circulación y la creación del contenido.

Conforme al Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2023), la cual atestigua que en esta población más del 80 % utiliza de manera eventual el uso del internet, tanto a través de teléfonos móviles como, también, a través de las redes sociales. Este contexto pone

de manifiesto un aumento progresivo del uso de contenido digital al igual que del uso de las dinámicas interactivas de las plataformas de contenido audiovisual.

En el contexto audiovisual, una serie de narrativas transmedia han expandido los contenidos audiovisuales a través de distintas plataformas y formatos, logrando experiencias cada vez más participativas para las audiencias (Jenkins et al., 2018), pero a su vez, (Scolari 2019) argumenta que las narrativas transmedia permiten que la participación de los usuarios con los relatos pueda suceder desde distintos medios de expresión, ampliando así las formas de participación dentro de los ecosistemas digitales.

En el contexto del deporte, las producciones audiovisuales suelen hacer énfasis en los clubes, los resultados o los personajes mediáticos dejando la imagen del hincha en un plano secundario. La situación es significativa en el contexto peruano en el que el fútbol constituye una muestra de la identidad y de la pertenencia colectiva.

En lo que respecta a la hinchada de Alianza Lima, hay elementos culturales y simbólicos que son parte de su herencia pública, como el empleo de la letra “v” en lugar de la “u” en ciertas expresiones que tienen que ver con la cultura popular y barrial. Tales prácticas son producto de procesos de identidad y de poder culturalmente apropiados históricamente en quienes pertenecen a ciertos grupos sociales o comunidades urbanas.

En este escenario, las propuestas audiovisuales vinculadas al fútbol se desarrollan en un entorno donde las dinámicas de interacción digital y construcción de identidad adquieren cada vez mayor relevancia dentro de las comunidades de aficionados.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Figura 1

Arbol de Problemas:



2.1.1 Problema

En las narrativas audiovisuales deportivas para las pantallas de los entornos digitales se presenta una escasa integración de mecanismos para fomentar la participación activa del usuario. Y aun cuando existen plataformas digitales que permiten conseguir niveles de interacción cada vez más elevada, gran parte de las producciones audiovisuales continúan apostando dentro de sus orientaciones, y modelos, por una propuesta centrada en la difusión de contenidos.

En el caso del fútbol peruano se observa esto en el hecho de que el hincha es escasamente considerado como un personaje que interviene en las narrativas que se despliegan en los medios, donde prevalece el protagonismo de los clubes, de los resultados deportivos o de personajes famosos. Esta situación se debe considerar a propósito de que,de acuerdo con el [INEI] (2023), más del 80 % de la población peruana tiene acceso a internet, así como consume con frecuencia los contenidos digitales.

Con respecto a Lima Metropolitana, esta situación es totalmente evidente en comunidades digitales como las que giran alrededor de aficionados del fútbol donde establecen dinámicas de interacción y construcción de identidad que no son completamente recogidas dentro de estas propuestas de las audiovisuales deportivas.

En el caso de “Pveblo Eterno”, debemos señalar que, a pesar de que la obra dramática plantee una narrativa transmedia, la participación del usuario queda en un plano muy limitado, que está relacionado de manera en parte obligada, pero en parte no, al consumo de contenido. El principal problema se podría enunciar como la limitada aparición de mecanismos de participación activa del usuario en narrativas transmediáticas en los contextos digitales peruanos.

2.1.2 Causas

Las causas detectadas surgen de diferentes factores que se relacionan con la elaboración y desarrollo de las propuestas audiovisuales, observándose una preponderancia de modelos de producción tradicionales, en los que se da prioridad a la emisión de material unidireccional, donde el consumidor ya hace un papel completamente pasivo. Asimismo, se observa una limitada incorporación de herramientas tecnológicas interactivas que permitan una participación activa dentro del sistema narrativo. Finalmente, el enfoque narrativo suele centrarse en instituciones deportivas y figuras mediáticas, relegando al hincha como sujeto de representación cultural.

2.1.3 Consecuencias

Como consecuencia esta problemática genera diversos efectos negativos en la experiencia del usuario y en el desarrollo de propuestas audiovisuales. Se produce una reducción en los niveles de engagement e interacción de la audiencia con el contenido digital. Además, se limita la construcción de identidad colectiva y el sentido de pertenencia en comunidades de aficionados. Finalmente, se pierden oportunidades para generar contenido colaborativo y expandir el universo narrativo mediante la participación activa del usuario.

2.1.4 Objetivos de Desarrollos Sostenibles (ODS)

El proyecto se vincula con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 11, orientado a ciudades y comunidades sostenibles, específicamente en relación con la preservación y valorización del patrimonio cultural y la identidad colectiva.

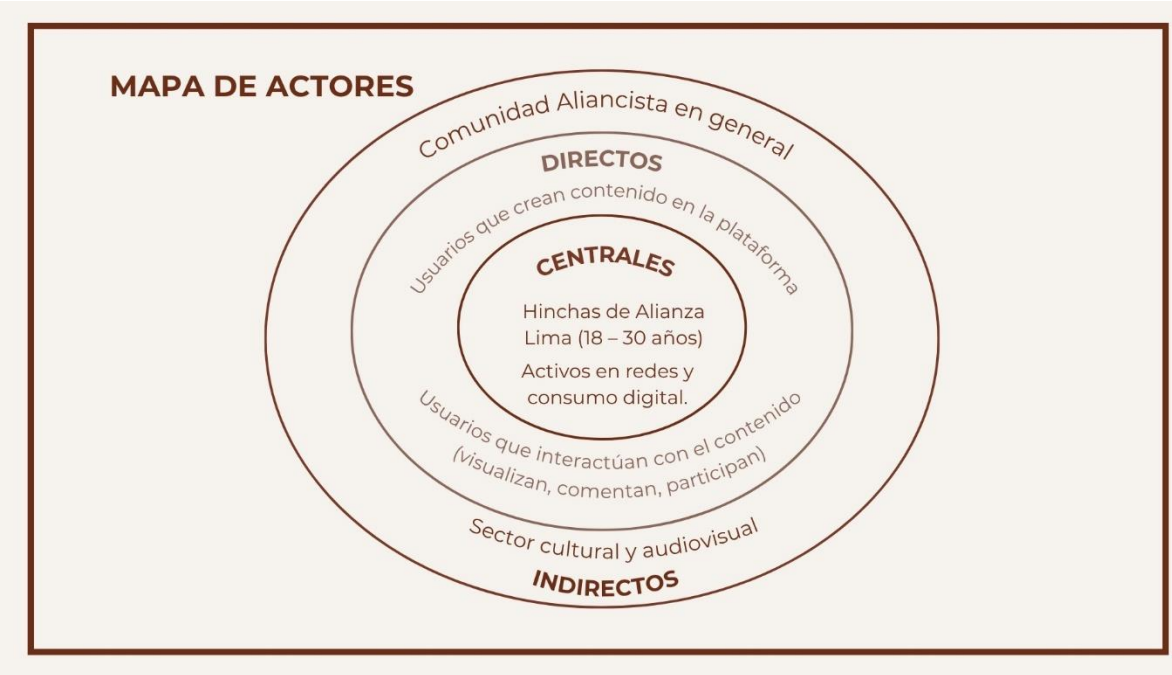
La propuesta contribuye a este objetivo al fomentar la visibilización de las experiencias, memorias y expresiones culturales de los hinchas, promoviendo la construcción de identidad y el fortalecimiento del tejido social mediante el uso de plataformas digitales. En este sentido, se alinea con la meta 11.4, enfocada en la protección y salvaguarda del patrimonio cultural, adaptándola al contexto de las comunidades digitales contemporáneas.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria está constituida principalmente por hinchas del club Alianza Lima en Lima Metropolitana, específicamente jóvenes y adultos entre 18 y 30 años que cuentan con acceso a internet, participan activamente en redes sociales y consumen contenido audiovisual relacionado al fútbol, constituyendo el actor central del proyecto. Asimismo, se consideran actores directos a los usuarios activos de la plataforma, quienes participan mediante la creación e interacción con el contenido dentro del entorno digital. Por otro lado, se identifican como actores indirectos a la comunidad aliancista en general, a estudiantes y creadores del ámbito audiovisual, y al sector cultural y digital, quienes se benefician de manera complementaria a partir del fortalecimiento de la identidad colectiva y la generación de nuevas formas de construcción narrativa desde la participación del público.

Figura 2

Mapa de Actores:



Nota. Este mapa de actores permite identificar la red de relaciones que sostiene a este proyecto, evidenciando que su alcance no se limita a los participantes directos, sino que también genera repercusiones en entornos cercanos e indirectos.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general:

a) Elaborar un proyecto transmedia documental que incorpore una plataforma digital interactiva para promover la participación activa de los hinchas del club Alianza Lima, con el fin de visibilizar y fortalecer su identidad cultural.

Objetivos específicos:

a) Diseñar una propuesta narrativa transmedia que integre diferentes formatos audiovisuales, como la serie documental, cápsulas digitales y mapa interactivo.

b) Desarrollar una plataforma digital interactiva que permita a los usuarios compartir sus experiencias como hinchas.

c) Promover la co-creación de contenido por parte de los hinchas dentro del sistema narrativo**.**

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes del problema y de la innovación

El crecimiento de los entornos digitales ha modificado significativamente la manera en que las audiencias interactúen con los contenidos audiovisuales. En el caso de las narrativas transmedia, distintos autores sostienen que las plataformas digitales permiten ampliar la experiencia narrativa mediante la participación de los usuarios en múltiples medios y formatos (Jenkins et al., 2018).

Sin embargo, diversas investigaciones señalan que, en muchos casos, la participación del usuario continúa limitada a interacciones superficiales, como comentarios, reacciones o difusión de contenido, sin una integración real dentro de la construcción narrativa (Scolari, 2019).

En el ámbito deportivo, particularmente en el fútbol, gran parte de las producciones audiovisuales continúan centrándose en clubes, figuras mediáticas o resultados deportivos, mientras que la representación del hincha suele mantenerse en un rol secundario dentro del relato. Alabarces (2020) apunta que el fútbol es un espacio donde se conforman identidades colectivas y manifestaciones culturales, sobre todo en ámbitos latinoamericanos.

En Perú, el desarrollo de contenido deportivo para la red ha aumentado sus niveles de presencia, durante los últimos años, debido al crecimiento del consumo audiovisual en redes sociales y en plataformas digitales. Sin embargo, la incorporación de mecanismos de participación activa orientados a comunidades de seguidores todavía es escasa.

Así, existen antecedentes de plataformas digitales ligadas al fútbol para promover la relación entre los clubes y sus aficiones mediante contenidos diferenciados o sistemas de membresía como el caso de ALIANZAPLAY, plataforma digital

vinculada al club Alianza Lima, que se enfoca en la disponibilidad de contenido institucional y beneficios para los hinchas. Sin embargo, estas iniciativas se centran en la obtención del contenido y no en la co-creación de la narrativa entre los usuarios.

En este sentido, se da cuenta de una distancia entre las posibilidades de interacción que ofrecen los entornos digitales y la baja implementación de experiencias participativas en el interior de las narrativas audiovisuales deportivas.

2.4.2 Consideraciones Teóricas

Este proyecto se apoya en conceptos que están entregados a cada categoría de la narración transmedia, la participación del usuario y la innovación del usuario. Jenkins et al. (2018) establecen que las narrativas transmedia son aquellos procesos en los cuales una historia se transmuta en una diversidad de plataformas, enriqueciendo, en consecuencia, cada medio con información adicional al universo de la historia.

Desde su perspectiva, Scolari (2019) argumenta que las narrativas transmedia favorecen experiencias más participativas, ya que los usuarios pueden involucrarse activamente con el contenido desde las diferentes plataformas digitales. Este aspecto es importante dentro de los actuales entornos de consumo audiovisual, los cuales requieren de unas mayores dinámicas de interacción y circulación de contenido.

Así mismo, en el trabajo también están presentes los principios de innovación centrada en el usuario, enfoque que prima la exposición de las necesidades, comportamientos y motivaciones de las personas en el propio diseño de experiencias digitales.

En términos de innovación, la medida propuesta guarda relación con lo dispuesto en el Manual de Oslo, ya que la innovación consiste en la implantación de productos o procesos que supongan mejoras considerables respecto a soluciones existentes (OECD & Eurostat,2018).

Por último, el proyecto se encuentra entrelazado con nociones de identidad cultural y comunidades de fans en torno al fútbol. Tal y como señala Alabarces (2020), el fútbol es un espacio en el que se construyen representaciones simbólicas, sentidos de pertenencia y formas de cultura departamentales.

2.4.3 Casos de referencia (Benchmarking)

Caso 1: ALIANZAPLAY (Perú)

ALIANZAPLAY es un servicio digital asociado al club Alianza Lima que pone a disposición de los hinchas contenido exclusivo a partir de su propia solución de membresía digital. Sus principales estrategias están alineadas con la difusión de contenido audiovisual institucional (también de sus rivales) y la generación de beneficios para los usuarios registrados.

Sirva esta situación como referencia ya que ilustra la importancia que tienen las plataformas digitales en el seno de las comunidades de fanáticos del fútbol. Pero no obstante, el enfoque que tienen es estrictamente sobre el acceso y consumo de contenido, dejando una participación escasa del usuario durante el proceso de la construcción de la narración.

Caso 2: Barça Studios y contenidos transmedia del FC Barcelona (España)

El FC Barcelona ha implementado diferentes estrategias transmedia a partir de plataformas digitales, documentales o contenidos distribuidos en redes sociales y plataformas de streaming para propiciar una relación emocional con el espectador por medio de experiencias audiovisuales transmedia.

Este caso nos permite hacernos una idea de cómo pueden expandirse las narrativas deportivas a otras tipologías de formatos digitales. No obstante, la participación del usuario continúa orientándose principalmente al consumo e interacción superficial.

Este caso permite identificar cómo las narrativas deportivas pueden expandirse hacia distintos formatos digitales. No obstante, la participación del usuario continúa orientándose principalmente al consumo e interacción superficial.

Caso 3: Copa90 (Reino Unido)

Copa90 es una plataforma digital especializada en contenido futbolístico orientado a comunidades de aficionados. Su propuesta se caracteriza por priorizar historias vinculadas a la cultura del hincha, experiencias locales y participación de comunidades futboleras. Este caso representa una referencia importante debido a que incorpora elementos culturales y narrativas centradas en los aficionados. Sin embargo, la participación de los usuarios sigue dependiendo principalmente de contenidos producidos por el equipo editorial de la plataforma.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El proyecto se dirige principalmente a hinchas del club Alianza Lima residentes en Lima Metropolitana, entre 18 y 30 años, quienes presentan un consumo frecuente de contenido audiovisual deportivo en plataformas digitales y redes sociales.

Este segmento se caracteriza por mantener una alta interacción en entornos digitales, especialmente en plataformas como TikTok, Instagram, YouTube y X, donde consumen contenido relacionado con fútbol, cultura de hinchada, reacciones, transmisiones deportivas y narrativas vinculadas a la identidad del club. Asimismo, se trata de usuarios familiarizados con dinámicas de participación digital, como comentarios, creación de contenido, difusión de publicaciones y participación en comunidades virtuales relacionadas con el fútbol.

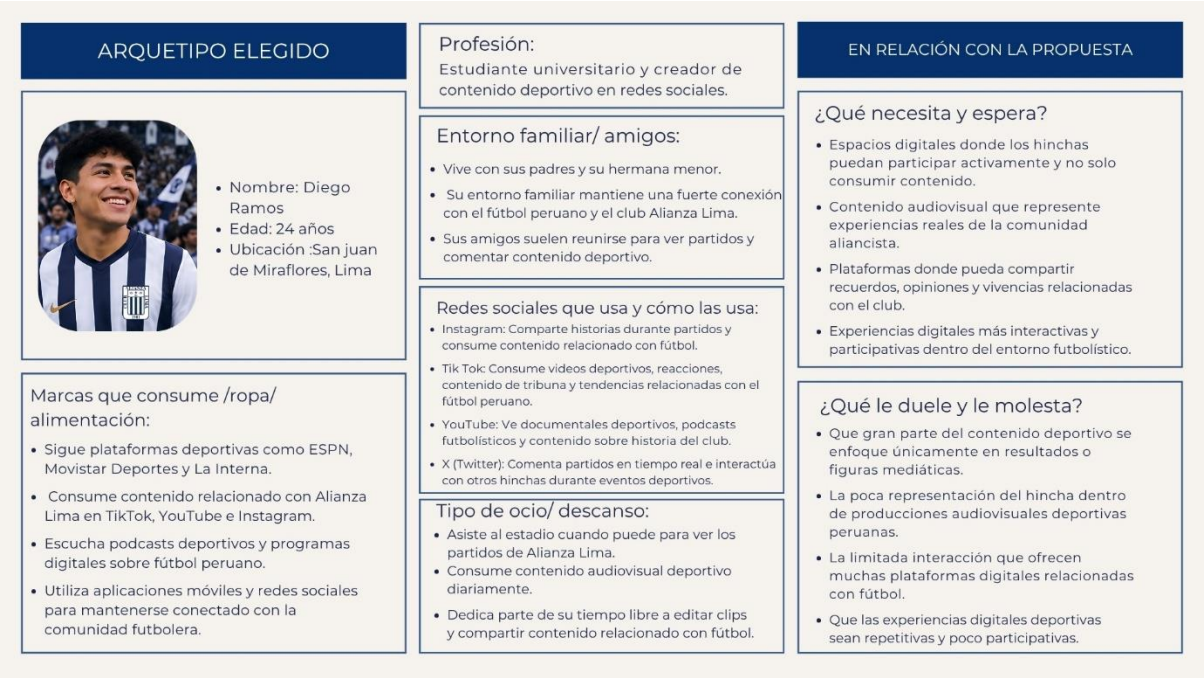
Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2024), el acceso a internet continúa incrementándose en el Perú, principalmente entre población joven y usuarios urbanos, lo que evidencia una mayor integración de plataformas digitales dentro de las dinámicas de comunicación y entretenimiento. En este contexto, los hinchas jóvenes no solo consumen contenido deportivo, sino que también buscan espacios donde puedan expresar opiniones, compartir experiencias y construir vínculos de identidad colectiva mediante plataformas digitales.

Por otro lado, dentro de este segmento también se identifican ciertas limitaciones relacionadas con la escasa participación activa dentro de propuestas audiovisuales deportivas, debido a que gran parte de los contenidos continúan desarrollándose bajo

modelos centrados principalmente en la difusión de contenido. A partir de ello, se identifica un usuario que valora las experiencias interactivas, la representación cultural y la posibilidad de participar dentro de comunidades digitales vinculadas al fútbol.

Figura 3

Arquetipo de usuario:



La creación del arquetipo permitió sintetizar las principales características del usuario ideal, facilitando la compresión de su entorno, valores y necesidades. Este ejercicio permite representar de manera concreta al publico objetivo y adecuar la solución innovadora a sus comportamientos, formas de expresión y motivaciones.

Figura 4

Mapa de empatía:



2.5.2 Información sobre el Mercado

2.5.2.1 Oportunidad de Mercado:

Actualmente, el crecimiento del consumo de contenido audiovisual en plataformas digitales ha generado nuevas oportunidades para la elaboración de propuestas transmedia e interactivas. En el contexto peruano, el fútbol mantiene una fuerte presencia dentro de redes sociales y espacios digitales, especialmente entre públicos jóvenes que consumen contenido relacionado con clubes, transmisiones deportivas, podcasts y cultura de hinchada. En un escenario como el descrito, aquí surgen las posibilidades de diseñar experiencias en las que se busque la interacción y co-creación de contenido dentro de comunidades digitales de aficionados.

2.5.2.2 Análisis de Competencia:

Dentro del entorno digital, podemos encontrar plataformas y propuestas asociadas al contenido deportivo, como ALIANZAPLAY, medios deportivos digitales, podcasts de fútbol o plataformas internacionales como Copa90. Estas iniciativas han alcanzado la

creación de comunidades digitales a través de estrategias multiplataforma, así como del contenido especializado. En el caso de las propuestas digitales, si bien en su mayoría han establecido una propuesta centrada en el uso o consumo de contenido con un escaso grado de participación del usuario durante el proceso de construcción de la narración.

2.5.2.3 Barreras de Entrada:

Dentro de las barreras de entrada en primer lugar encontramos que la producción constante de contenido audiovisual, el posicionamiento de plataformas deportivas ya existentes y la implementación de herramientas digitales que sean capaces de hacer operar dinámicas de interacción participativa adecuadas; y, por otro lado, se debe buscar fortalecer una comunidad digital activa que haga posible mantener el flujo de participación e interacción que se espera en la propuesta.

2.5.2.4 Alcance Esperado:

Este proyecto tiene como finalidad contribuir al alcance a través de plataformas digitales y contenido audiovisual dirigido a comunidades de aficionados al fútbol. A través de formatos transmedia y espacios participativos, se intenta promover la interacción entre los usuarios, a la vez que se pretender el incremento de la circulación de relatos vinculados a la identidad cultural del hincha aliancista en el seno de los entornos digitales.

2.5.2.5 Segmento Objetivo:

El público objetivo del proyecto está constituido básicamente por los hinchas del club Alianza Lima con edades comprendidas entre los 18 y 30 años, residentes en Lima Metropolitana, que presentan un consumo habitual de contenido audiovisual deportivo y una participación activa en plataformas digitales y redes sociales. Este segmento se caracteriza por mantener dinámicas constantes de interacción dentro de comunidades virtuales relacionadas con el fútbol.

2.5.2.6 Demanda Potencial:

El incremento del consumo audiovisual digital y el crecimiento de comunidades deportivas en redes sociales evidencian un escenario favorable para el desarrollo de propuestas transmedia participativas vinculadas al fútbol peruano. En ese

sentido, existe una demanda potencial relacionada con experiencias digitales que permitan una mayor interacción, representación cultural y participación activa de los usuarios dentro de contenidos audiovisuales deportivos.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Pveblo Eterno se propone como un proyecto transmedia documental participativo orientado a comunidades digitales de hinchas del club Alianza Lima. La propuesta combina distintos formatos audiovisuales y plataformas digitales con el objetivo de generar una experiencia interactiva basada en la participación activa del usuario dentro de la construcción narrativa.

El proyecto se desarrolla dentro del contexto actual de consumo audiovisual digital, caracterizado por mayores dinámicas de interacción, circulación de contenido y participación de comunidades virtuales en plataformas digitales. En este contexto, las audiencias no se restringen a un simple consumo del contenido, sino que también buscan lugares donde puedan expresar sus opiniones, trasladar experiencias o incorporarse a comunidades digitales muy vinculadas con sus intereses.

A partir de ahí el concepto del proyecto pasa por transformar al hincha de espectador pasivo a participante activo del relato audiovisual, lo cual le permitirá contribuir mediante testimonios, recuerdos, experiencias y contenido relacionado con su identidad como aficionado.

La propuesta de valor que hemos desarrollado para el presente proyecto se sustenta en la de ofrecer una experiencia audiovisual participativa y estructurada que aúne la representación cultural y la co-creación de relatos dentro de las comunidades virtuales de hinchas. A diferencia de otras propuestas deportivas que giran en torno a la pura difusión de contenido institucional o informativo, la propuesta de valor de Pveblo Eterno se basa en hacer parte de la experiencia del usuario en su sistema narrativo mediante dinámicas de interacción y co-creación.

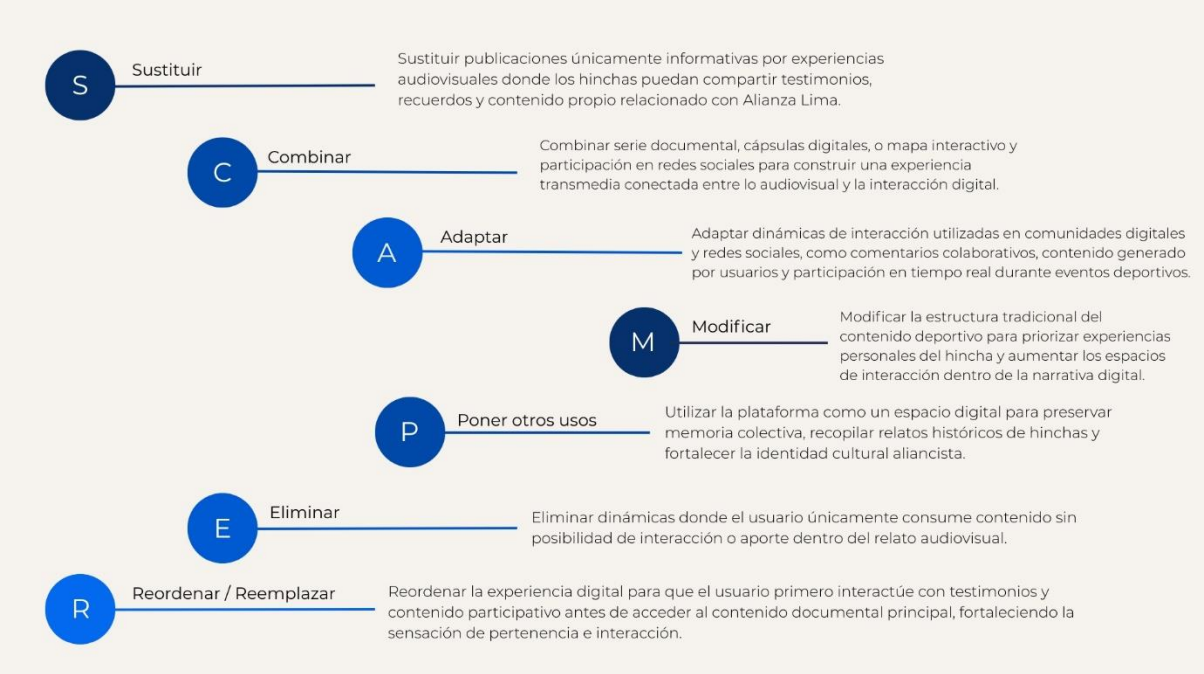
De esta manera, la propuesta va contra la escasa participación activa a la que hacen referencia las narrativas deportivas digitales clásicas, pero, en cambio, lleva por delante

experiencias más próximas, participativas y ancladas a la identidad colectiva de los hinchas del Alianza Lima.

Después, se utilizó la misma herramienta Scamper, para valorar las posibilidades de innovar y fortalecer la propuesta inicial. Esta herramienta permitió visualizar qué aspectos de la plataforma potenciar para hacer que fuera aún más atractiva para el usuario aumentando la potencia de Pveblo Eterno.

Figura 5

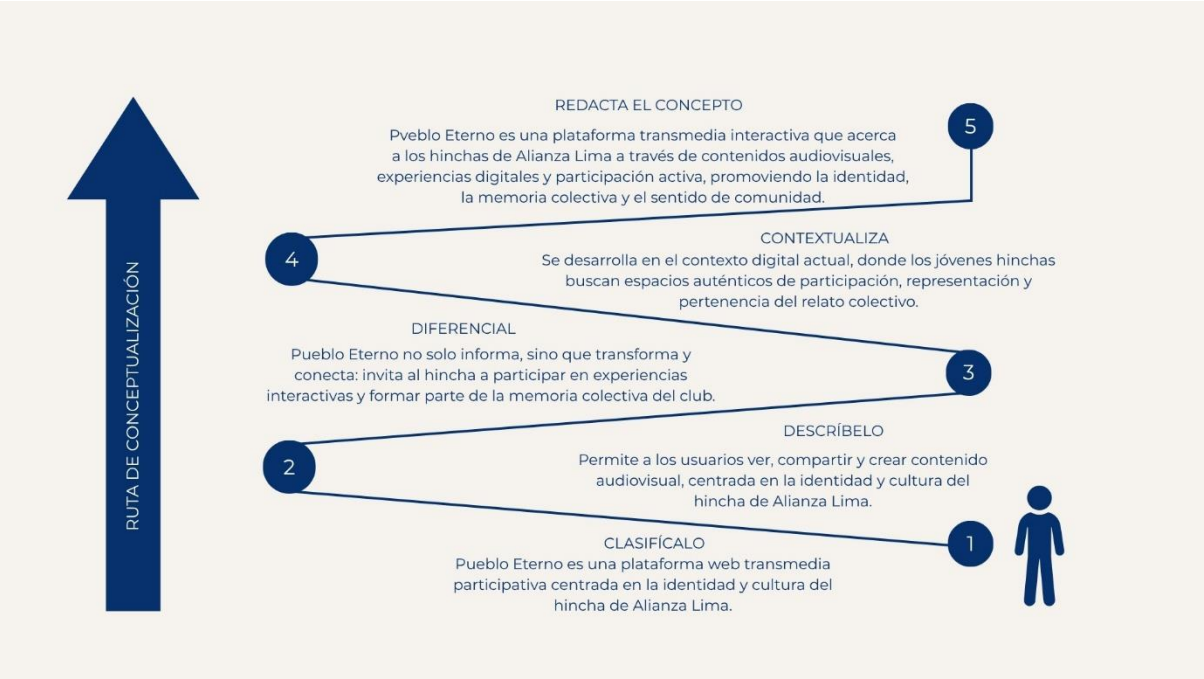
Scamper



Estos métodos tanto la formulación de preguntas creativas como la aplicación del Scamper permitieron desarrollar que no se limita únicamente a informar, sino que también busca comunicar de manera efectiva. A partir de estos recursos, se estableció una ruta de conceptualización previo a la definición de la propuesta de valor, con la finalidad de identificar características relevantes y diferenciadoras que contribuyan a una mejor compresión del proyecto.

Figura 6

Ruta de Conceptualización



Por último, se presentó una propuesta de valor transmedia y participativa que da cabida a diferentes formatos audiovisuales y plataformas digitales para hacer más fuerte la identidad colectiva del hincha de Alianza Lima y la capacidad para participar de forma activa en las experiencias narrativas digitales. Esta propuesta de valor se concreta en una plataforma interactiva que articula serie documental, cápsulas digitales, mapa interactivo y espacios de co-creación, a fin de que los usuarios no tengan un papel sólo pasivo de consumo, sino que además puedan compartir sus experiencias, recuerdos y relatos vinculados a la cultura aliancista.

La propuesta se dirige en su mayor parte a jóvenes hinchas activos en el entorno digital, pero es una propuesta que queda abierta a cualquier tipo de persona con interés por la cultura futbolística y en las narrativas participativas audiovisual. Así pues, está alineada con una serie de valores comprometidos con la identidad, la comunidad o la representación cultural, perseguir el objetivo de generar espacios donde las experiencias de los hinchas sean urgentemente visibilizadas y preservadas dentro del entorno digital actual.

El valor diferencial de Pveblo Eterno reside en su carácter participativo y en la

disposición colaborativa de la misma. A la diferencia de muchas de las propuestas audiovisuales deportivos tradicionales que tan sólo difunden contenido institucional o contenido informativo, el proyecto Pveblo Eterno se adscribe a incorporar al usuario como parte activa en la ejecución del relato. De tal manera que en la propuesta no sólo queda la representación del hincha, sino que se le permite vivir el relato a partir de experiencias digitales interactivas y de prácticas de co-creación colectiva.

Figura 7

Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

La propuesta se basa0020en el diseño de una experiencia de comunicación transmedia participativa, compuesta por diferentes formatos audiovisuales y plataformas digitales interrelacionadas. El proyecto va dirigido a hinchas del club Alianza Lima de entre 18 y 30 años, que residen en Lima Metropolitana y son usuarios frecuentes del mundo digital.

El sistema se estructura mediante los siguientes componentes:

• Serie documental: contenido audiovisual centrado en testimonios, experiencias y relatos vinculados a la identidad del hincha aliancista.

• Cápsulas digitales: piezas audiovisuales breves orientadas a redes sociales y

plataformas digitales para ampliar el alcance e interacción con la audiencia.

• Mapa interactivo: espacio digital donde los usuarios podrán compartir recuerdos, experiencias y lugares representativos relacionados con el club y la comunidad de aficionados.

• Plataforma participativa: entorno digital destinado a la publicación e interacción de contenido generado por los usuarios, permitiendo compartir fotografías, videos, relatos y testimonios.

• Instalación inmersiva: experiencia audiovisual orientada a fortalecer la conexión emocional del usuario mediante recursos sonoros, visuales e interactivos vinculados al universo narrativo del proyecto.

La mecánica del servicio plantea que el usuario pueda acceder al contenido audiovisual desde distintas plataformas digitales, interactuar con las publicaciones y participar mediante el envío o publicación de contenido relacionado con sus experiencias como hincha. De esta manera, la propuesta busca generar una dinámica de interacción continua entre usuarios y contenido digital.

Asimismo, el proyecto prioriza formatos multiplataforma y accesibles desde dispositivos móviles, considerando los actuales hábitos de consumo audiovisual digital. En relación con el triple balance, la propuesta presenta un enfoque social orientado al fortalecimiento de la identidad colectiva y participación de comunidades digitales de aficionados. En el aspecto económico, se proyecta la posibilidad de generar ingresos mediante alianzas estratégicas, patrocinio digital y monetización de contenido. Finalmente, en el aspecto ambiental, el proyecto prioriza entornos digitales y formatos virtuales que reducen la necesidad de materiales físicos dentro de la experiencia audiovisual.

Figura 8

Triple Balance



2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Pveblo Eterno se basa en una propuesta digital orientada a la generación de comunidad e interacción dentro de entornos audiovisuales deportivos.

La propuesta plantea una estrategia de difusión multiplataforma mediante redes sociales, plataformas digitales y contenido audiovisual orientado a comunidades de aficionados al fútbol. A través de ello, se busca generar alcance, interacción y posicionamiento dentro de públicos jóvenes vinculados al entorno deportivo digital.

En una primera etapa, el proyecto se orienta al crecimiento de comunidad y fortalecimiento de interacción digital mediante contenido transmedia participativo. Posteriormente, se proyecta la posibilidad de implementar estrategias de monetización relacionadas con patrocinio de contenido, alianzas con marcas deportivas, colaboraciones audiovisuales y experiencias inmersivas vinculadas al proyecto.

Asimismo, el modelo contempla oportunidades de comercialización mediante

campañas digitales, contenido patrocinado y posibles alianzas con instituciones deportivas o marcas interesadas en comunidades digitales vinculadas al fútbol.

La propuesta adopta una estrategia de diferenciación al centrarse en la participación activa del usuario y en la construcción colectiva de contenido dentro de una narrativa transmedia deportiva.

Figura 9

Modelo Canvas



2.5.6 Resultados esperados

Se busca que el proyecto contribuya al fortalecimiento de la participación activa de los usuarios dentro de experiencias audiovisuales deportivas en entornos digitales.

Asimismo, se proyecta incrementar los niveles de interacción y engagement de comunidades digitales de hinchas mediante dinámicas de co-creación y participación dentro del sistema narrativo.

Otro resultado esperado consiste en promover espacios de representación cultural y construcción de identidad colectiva del hincha aliancista mediante la recopilación y

difusión de experiencias relacionadas con la comunidad de aficionados.

Desde el enfoque de la de innovación, se espera validar la viabilidad de una experiencia transmedia participativa aplicada al contexto audiovisual deportivo peruano, integrando herramientas digitales orientadas a la interacción y participación del usuario.

También se espera generar una comunidad digital participativa capaz de aportar contenido y fortalecer la circulación de relatos vinculados a la identidad cultural del hincha. Finalmente, se proyecta identificar oportunidades para el desarrollo de futuras experiencias audiovisuales participativas orientadas a comunidades digitales y narrativas deportivas contemporáneas.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El proyecto se desarrolló mediante diversas etapas, en las que se llevó a cabo la elaboración de un prototipo de baja definición, media definición y alta definición de la plataforma web transmedia Pveblo Eterno mediante la herramienta de inteligencia artificial Stitch, con la finalidad de analizar la estructura, el diseño y la facilidad de navegación de la pagina web.

El prototipo incluye secciones como inicio interactivo, capsulas digitales, serie documental, mapa participativo y comunidad, con el fin de explorar la navegabilidad y la participación dentro del entorno digital.

Baja definición: En esta etapa se presenta el prototipo de manera digital, elaborados en Stitch. El prototipo muestra las secciones que cuenta la página web como: Inicio, capsulas digitales, series documentales, mapa y comunidad.

Esta etapa corresponde a la primera prueba de interacción con el prototipo, orientada a evaluar su facilidad de navegación.

Figura 10

Prototipo general



Figura 11

Versión 1 Inicio



Figura 12

Versión 1 Perfil

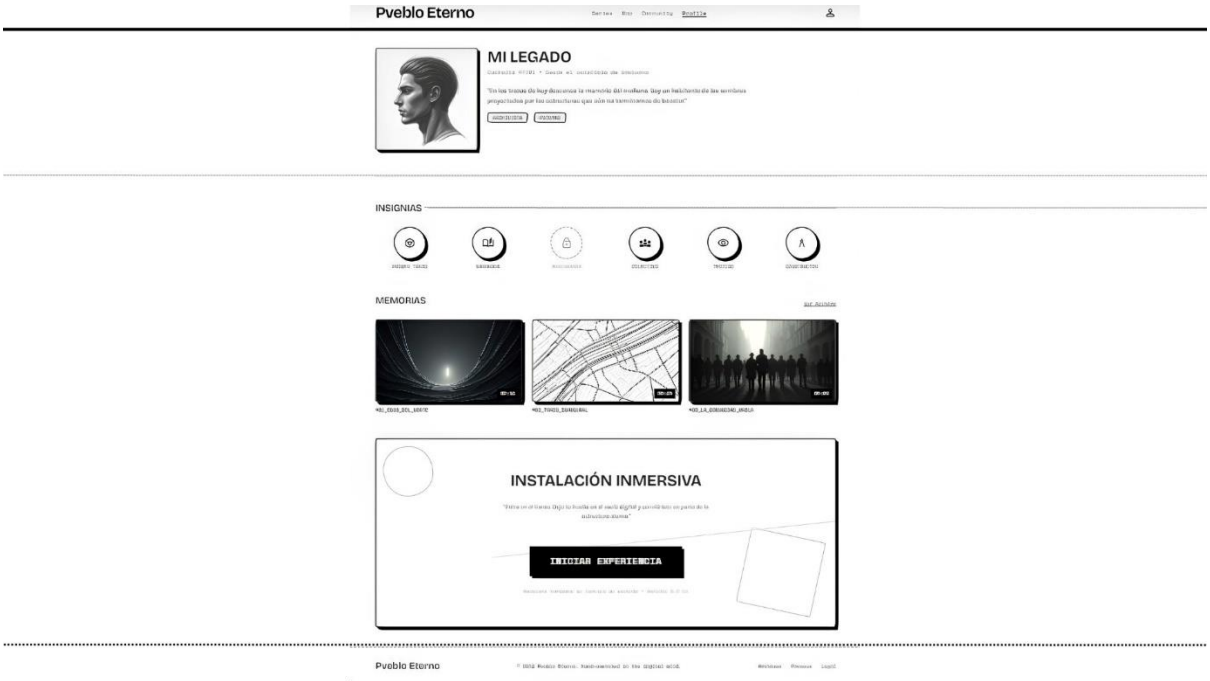


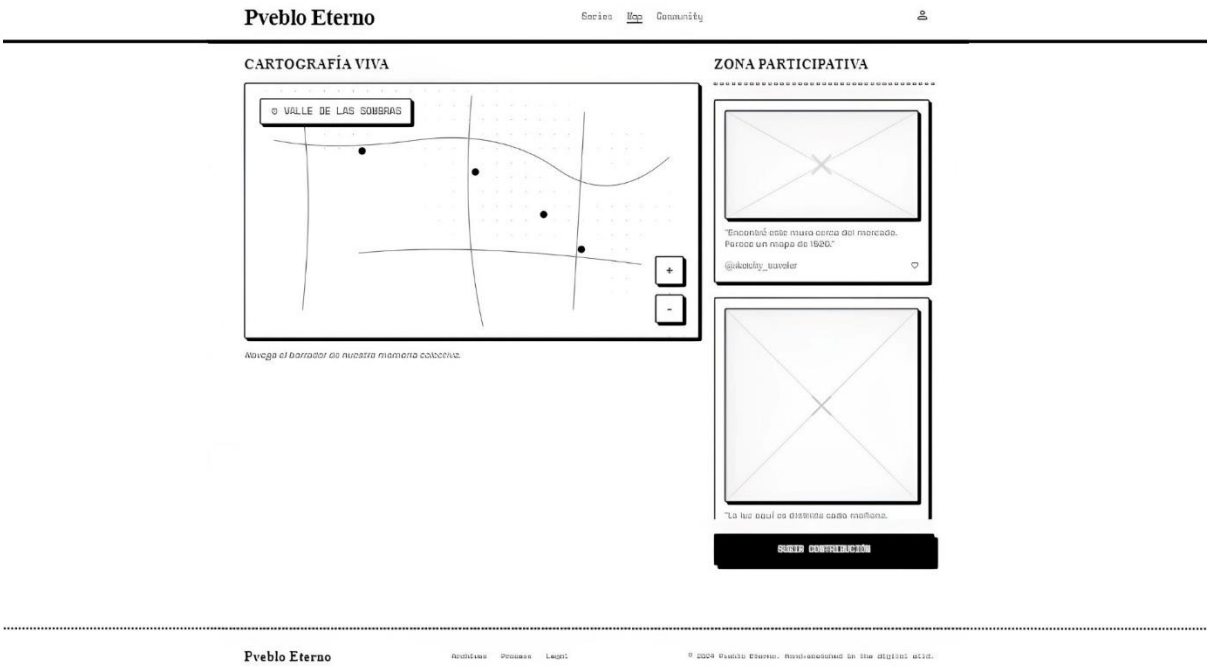
Figura 13

Versión 1 Series



Figura 14

Versión 1 Mapa



Media definición: En esta etapa se realiza los cambios a mejora en las secciones, gracias a Stitch se realizaron cambios para que el usuario pueda navegar con facilidad dentro de la página.

Se realizaron mejoras en las capsulas digitales y en la serie documental haciendo que los botones de acción tengan funcionamiento. Esta retroalimentación permite evaluar la claridad de la conexión entre los distintos formatos y la coherencia integral de la propuesta.

Figura 15

Versión 2 Inicio



Figura 16

Versión 2 inicio

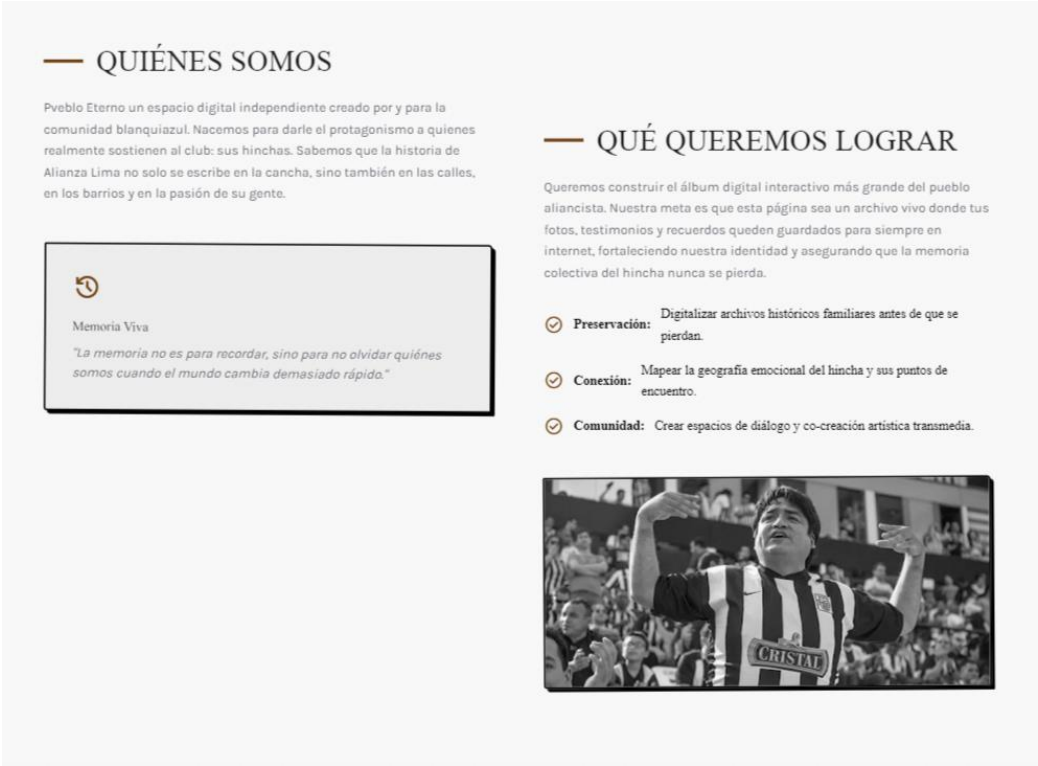


Figura 17

Versión 2 Inicio

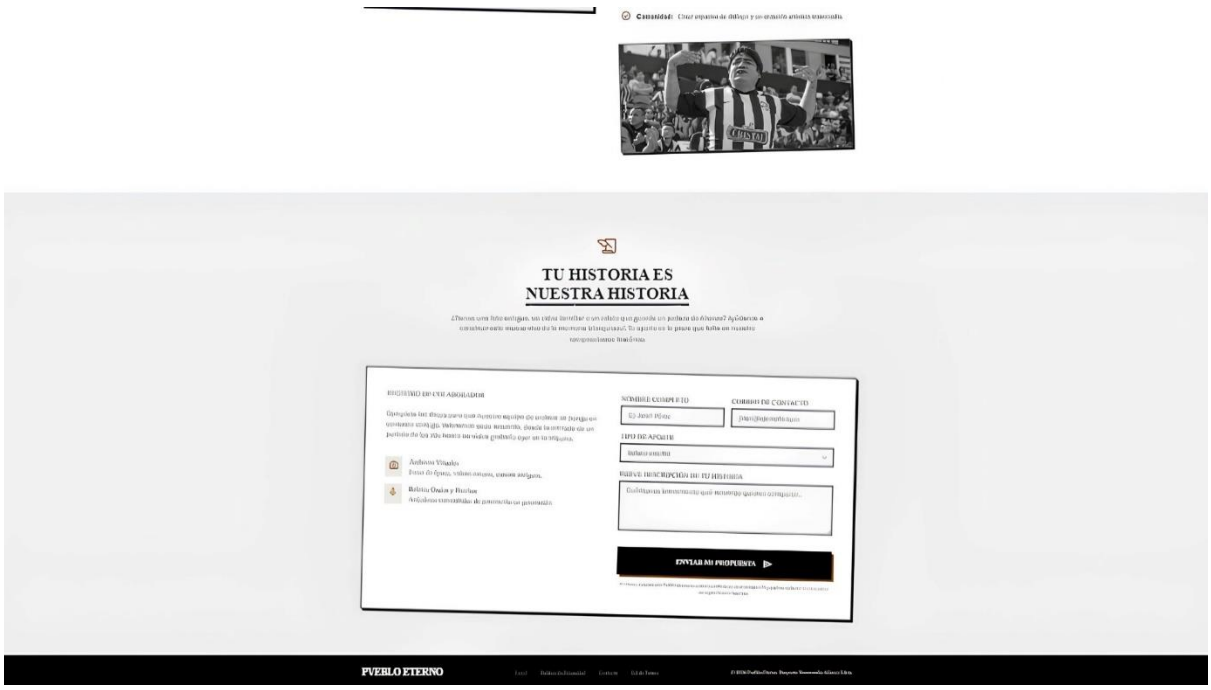


Figura 18

Versión 2 Capsulas digitales

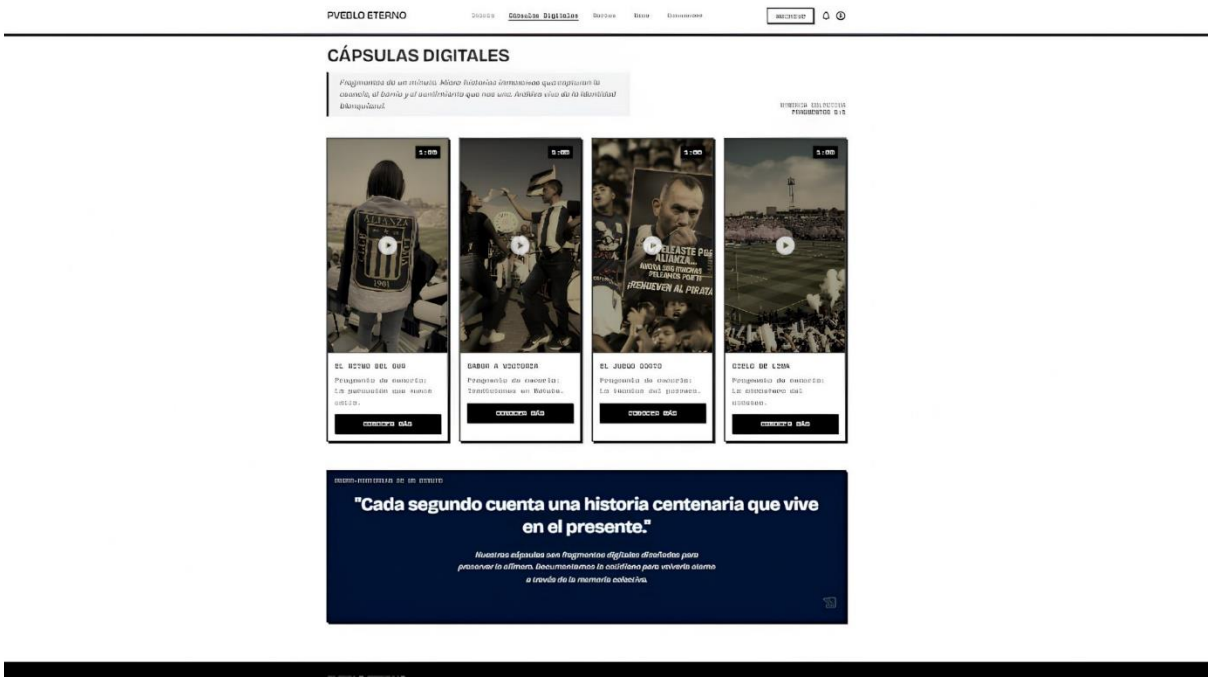


Figura 19

Version 2 Series

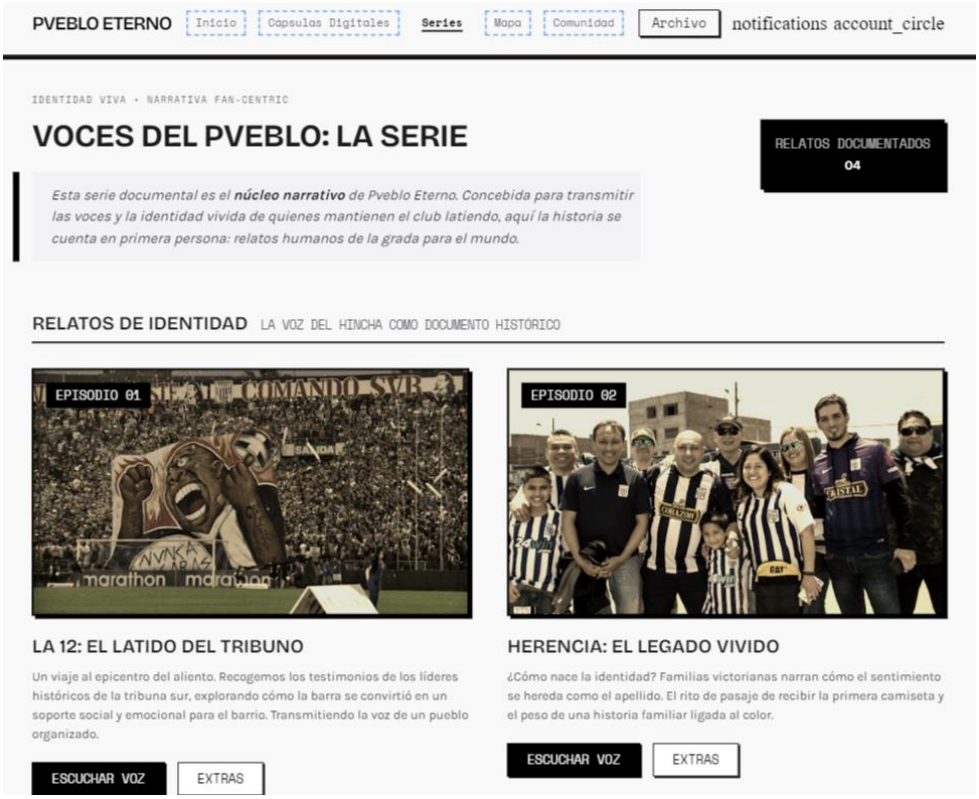


Figura 20

Versión 2 Mapa

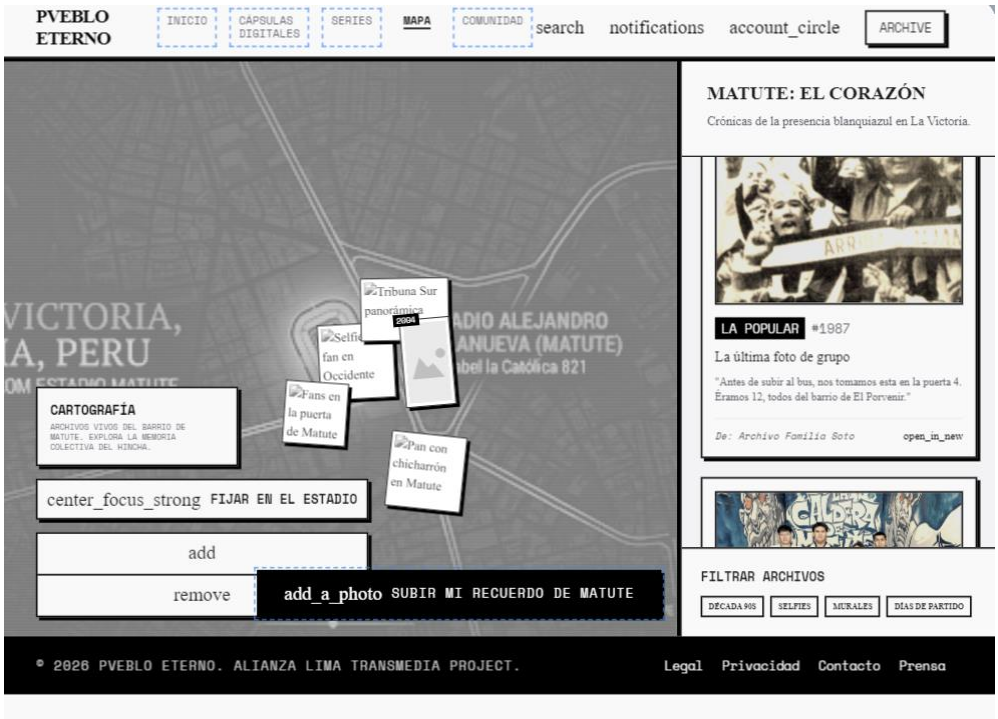


Figura 21

Versión 2 Comunidad



Alta definición: La etapa de alta fidelidad comprende del prototipo final de la página web. Esta plataforma tiene incorporado todos los contenidos transmedias. Esta versión integra las mejoras identificadas mediante las encuestas, permitiendo optimizar la estética, la organización de la información y la experiencia de navegación.

Figura 22

Versión 3 Inicio:



Figura 23

Versión 3 Inicio – Quiénes Somos – Qué queremos lograr:



Figura 24

Versión 3 Inicio - Formulario participación:



Figura 25

Versión 3 - Capsulas digitales:



Figura 26

Versión 3 – Series:



Figura 27

Versión 3 – Series:

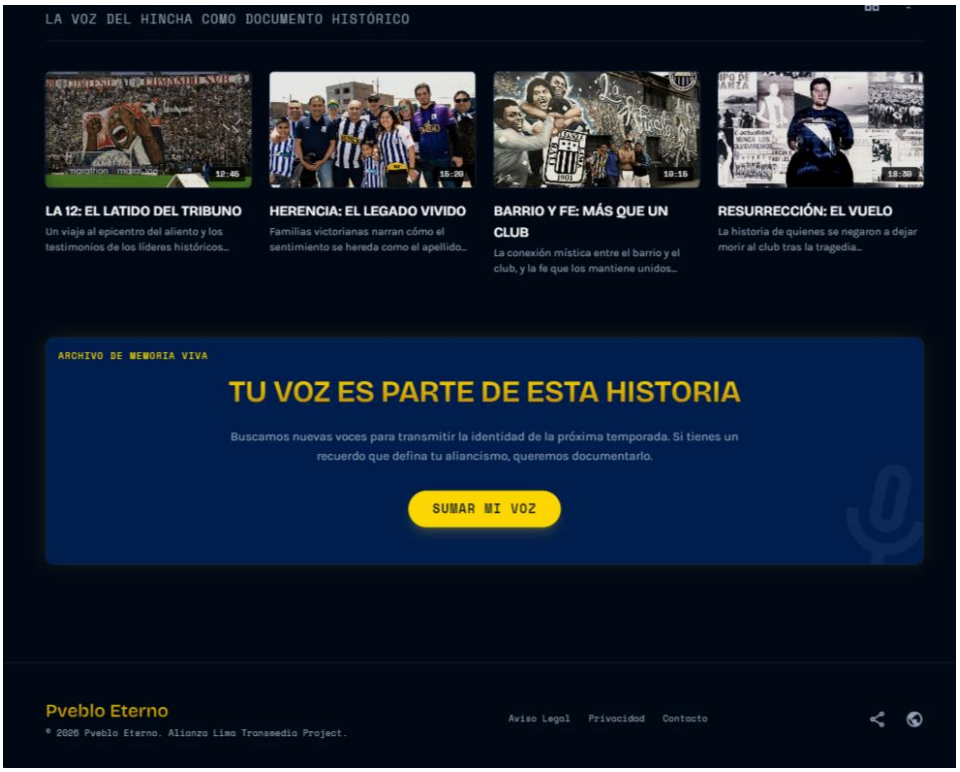


Figura 28

Versión 3 - Mapa interactivo:

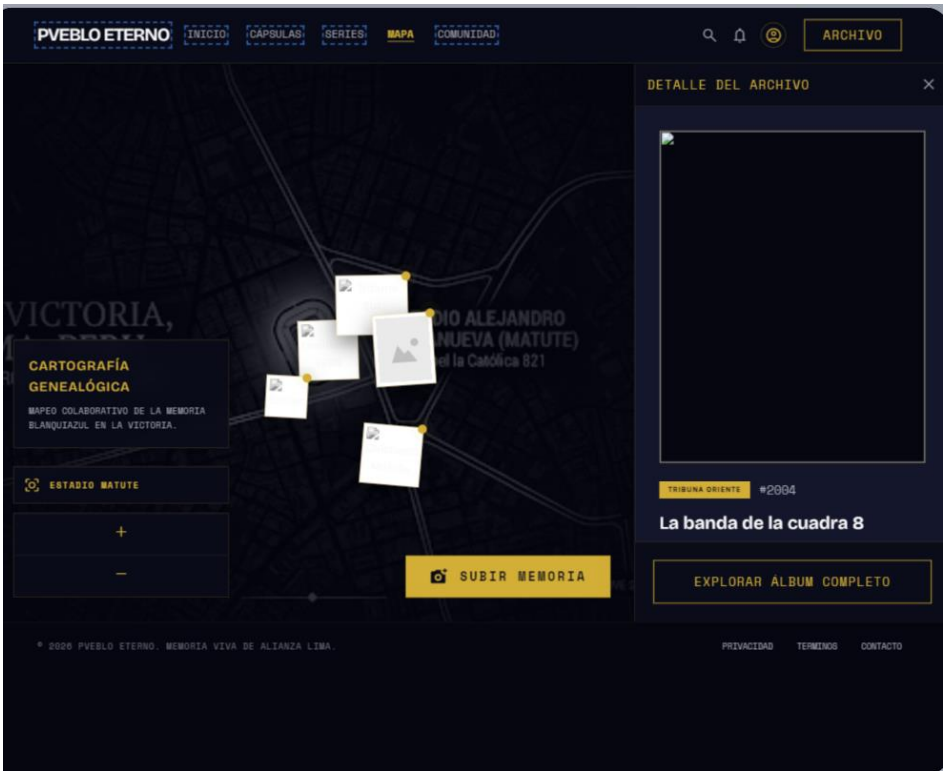


Figura 29

Versión 3 – Comunidad:



2.5.8 Experimentos

En primer lugar, se realizaron 20 encuestas pertenecientes a nuestro público objetivo del proyecto con el prototipo de baja definición, con el propósito de validar la distribución y funcionalidad de la pagina web.

El propósito principal de este primer experimento fue evaluar las primeras impresiones de los usuarios, la navegabilidad y la estructura visual, identificando mejoras o cambios antes de su desarrollo final.

Se empleo un formulario de Google Forms, que contenía preguntas abiertas y cerradas, acompañadas de los respectivos bocetos digitales y un link de navegación de la página con diferentes secciones: Inicio, Perfil, Serie y Mapa. Los encuestados compartieron sus comentarios y puntos de vistas sobre varias secciones y aspectos, como vas interacción en la página, agregar colores, una mejor distribución y más sobre el contenido audiovisual.

A continuación, se presenta una tabla de creación de prototipo, en la que se detallan los principales aspectos del experimento:

Figura 30

Tabla de Creación de Prototipo 1:

¿Qué probará el prototipo? Aspectos que nos enfocan al momento de diseñarlo.	**Objetivos del prototipo** Lista los objetivos esperados para evaluar la experiencia de usuario.	**Trabajo de taller (elaboración)** Lista los recursos necesarios y el plan del proceso de elaboración.
• Estructura visual • Distribución: Organización espacial de los elementos, bloques de contenido y secciones en la pantalla. • Facilidad de navegación • Viaje dentro de la página	• Evaluar la comprensión • Validar la interacción • Identificar mejoras	**Recursos Necesarios:** • Humanos: 20 entrevistados, usuarios del público objetivo. • Tecnológicos: Computadora y Boceto digital. • Materiales: Encuesta online en Google Forms. • Económicos: Nulo (uso de herramientas gratuitas). **Plan de Acción:** • Mostrar el boceto a 20 personas de nuestro público objetivo. • Observar detalladamente las primeras reacciones. • Anotar de forma sistemática todas las observaciones.
Contacto usuario/prototipo Anota todas las reacciones y comentarios del usuario al entrar en contacto con el prototipo, esto es clave para hacer ajustes o validar la propuesta.	• **Comprensión del Propósito:** La mayoría de los usuarios logró entender el fin de la plataforma de forma parcial o completa desde el primer vistazo del boceto, validando la base de la propuesta. • **Secciones Más Atractivas:** El Mapa Interactivo destacó ampliamente como la sección que capturó mayor atención e interés, seguida por la Zona Participativa y la Serie Documental. • **Saturación y Espaciado:** Algunos usuarios advirtieron que ciertos elementos parecían "uno sobre otro". Se requiere mayor aire, jerarquía visual y orden de las secciones. • **Funcionalidades Demandadas:** Fuerte interés en que se agreguen más opciones directas para subir archivos (fotos, videos, testimonios). • **Estética e Interacción:** Se recomendó ajustar la paleta de colores y optimizar las interacciones.	

Posteriormente, a partir de los resultados obtenidos en las primeras encuestas realizados con el prototipo de baja definición, se implementaron mejoras considerando las recomendaciones proporcionadas por el público objetivo. En una segunda etapa, se desarrollaron prototipos de media finalidad mediante Stitch de Google, incorporando progresivamente las acciones de navegación dentro de las diferentes secciones, así como una paleta de color y elementos visuales que permitieron establecer una organización mas clara y coherente.

A continuación, se presenta la Tabla de Prototipo Nº2, en la cual se detallan las mejoras implementadas, los objetivos establecidos y las principales recomendaciones obtenidas del público encuestado.

Figura 31

Tabla de Creación de Prototipo 2:



Posteriormente a la primera encuesta de iteración, se aplicó una segunda encuesta en la que se presentaron mejoras ya elaboradas a base de la opinión del público. Para esta fase se siguió utilizando Stitch Google para poder realizar las interacciones y mantener nuestro estilo visual. Asimismo, se añadieron más contenido visual entra las secciones: Cápsulas Digitales, Series, Mapa interactivo y el foro de interacción, con el fin de evaluar su navegabilidad de los usuarios al momento de ubicar cada sección dentro de la página web.

Se aplicó una encuesta mediante Google Forms a 30 participantes, a quienes se les presentaron las nuevas mejoras incorporadas en el prototipo.

Por esa razón, se elaboró una Tabla de Creación Prototipo Nº3, en el cual se recopilaron los principales aportes obtenidos de los participantes, permitiendo realizar los ajustes finales antes de desarrollar el prototipo de alta fidelidad.

Figura 32

Tabla de Creación de Prototipo 3:

¿Qué probará el prototipo? Validación de las mejoras de alta fidelidad implementadas.	Objetivos del prototipo Lista los objetivos esperados para evaluar la experiencia de usuario.	Trabajo de taller (elaboración) Lista los recursos necesarios y el plan del proceso de elaboración.
• Apariencia Visual: Atractivo del diseño final empleando la identidad gráfica y colores de Alianza Lima. • Navegación de Alta Fidelidad: Fluidez del menú y enlaces entre las pestañas (Inicio, Cápsulas digitales, Series, Mapa, Comunidad). • Estructura e Identidad: Coherencia de la organización del contenido y conexión emocional directa con la esencia del hincha. • Validación de Lanzamiento: Confirmar si la solución está lista para producción sin necesidad de modificaciones estructurales.	• Validar la Experiencia: Comprobar que la interfaz sea calificada mayoritariamente como "Muy Atractiva" por el público objetivo. • Asegurar Navegabilidad: Garantizar un viaje del usuario sin interferencias y una navegación simple e intuitiva en un entorno 100% interactivo. • Obtener el Visto Bueno de Salida: Alcanzar una calificación general sobresaliente (puntuación de 4 o 5 estrellas) y el consenso de que la plataforma está lista para ser implementada.	**Recursos Necesarios:** • Humanos: 30 entrevistados, usuarios del público objetivo. • Tecnológicos: Computadora, Prototipo interactivo en alta resolución con animaciones y flujos finales. • Materiales: Encuesta online en Google Forms. • Económicos: Nulo (uso de herramientas gratuitas). **Plan de Acción:** • Entregar a 30 participantes el link del prototipo de alta fidelidad simulando la plataforma real en producción. • Evaluar la experiencia mediante el formulario de satisfacción de 10 preguntas. • Analizar los indicadores cuantitativos para decretar el estado de lanzamiento.
Contacto usuario/prototipo Anota todas las reacciones y comentarios del usuario al entrar en contacto con el prototipo, esto es clave para hacer ajustes o validar la propuesta.	• **Evaluación Visual:** La interfaz gráfica inspirada en la historia aliancista fue un éxito. El 100% de los encuestadores coincidió entre las opciones "Muy atractiva" y "Atractiva", destacando el uso balanceado de los colores institucionales y el nuevo orden limpio de las secciones. • **Navegación Fluida y Sencilla:** Las fricciones del pasado se eliminaron por completo gracias a las transiciones y enlaces claros de los menús de alta fidelidad. Los encuestadores respondieron que la navegación les resultó "Muy sencilla" o "Sencilla". • **Secciones con Mayor Valor Agregado:** El "Mapa interactivo de lugares históricos" y el foro de la "Comunidad" compartieron el primer lugar en valor de experiencia, seguidos muy de cerca por la "Serie documental". • **Estado de Validación Final:** Al preguntar si la plataforma está lista para ser implementada, la respuesta unánime de la muestra de 30 personas se volcó hacia la opción "Sí, sin cambios". Los usuarios afirmaron sentir el entorno digital robusto, completo y plenamente listo para salir a producción.	

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Para elaborar el presupuesto general del proyecto se consideraron los recursos necesarios para implementar la propuesta de innovación de Pveblo Eterno, conformada por una plataforma digital participativa, la producción de contenidos audiovisuales piloto y las actividades de difusión orientadas a la construcción de una comunidad digital de hinchas. Debido a que la innovación se desarrolla como una extensión del proyecto transmedia realizado en Taller 7, el presupuesto se enfoca únicamente en los componentes asociados a la implementación inicial de la propuesta participativa.

La ejecución del proyecto se plantea en un periodo de tres meses. Durante el primer mes se desarrollan las actividades relacionadas con el diseño de experiencia de usuario, diseño de interfaz y desarrollo inicial de la plataforma web. Asimismo, se adquieren los servicios básicos necesarios para el funcionamiento del proyecto, como dominio y hosting.

En el segundo mes se realiza la producción de las cápsulas audiovisuales piloto y el registro de testimonios de hinchas, considerando gastos vinculados a transporte, alimentación y producción audiovisual. Paralelamente, se desarrollan las acciones de gestión y difusión digital destinadas a generar visibilidad y atraer usuarios hacia la plataforma.

Finalmente, durante el tercer mes se ejecutan las pruebas de funcionamiento y usabilidad de la plataforma, se realizan ajustes técnicos y se fortalecen las actividades de difusión mediante campañas digitales. Esta etapa busca validar el funcionamiento de la propuesta y evaluar el nivel de aceptación por parte de los usuarios.

Aunque el proyecto posee un enfoque cultural y participativo, el presupuesto debe entenderse como una inversión inicial orientada a la implementación de una versión piloto. Una vez consolidada la comunidad digital, se proyecta la posibilidad de generar ingresos mediante alianzas estratégicas, patrocinios, contenido patrocinado y colaboraciones con organizaciones vinculadas al ámbito deportivo y cultural**.**

Tabla 1

Presupuesto:

COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Desarrollo de plataforma digital			
Dominio web anual	60	0	0
Hosting web	250	0	0
Diseño UX/UI	800	0	0
Desarrollo web MVP	2,500	0	0
Total Desarrollo Plataforma	**3,610**	**0**	**0**
Producción audiovisual piloto			
Producción de cápsulas audiovisuales	0	1,000	0
Transporte para entrevistas	0	300	0
Alimentación de jornadas de grabación	0	250	0
Total Producción Audiovisual	**0**	**1,550**	**0**
Difusión y gestión digital			
Gestión de redes sociales	0	450	450
Publicidad digital (Meta Ads)	0	375	375
Material gráfico promocional	0	150	0
Total Difusión Digital	**0**	**975**	**825**
Costos operativos generales			
Canva Pro	35	35	35
CapCut Pro	35	35	35
Internet	100	100	100
Total Operativos	**170**	**170**	**170**
TOTAL MENSUAL	**3,780**	**2,695**	**995**
TOTAL GENERAL DEL PROYECTO		S/ 7,470	

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

1. Después del análisis realizado, se puede constatar que existe una limitada participación activa de los hinchas dentro de las narrativas audiovisuales deportivas digitales, debido a que la mayoría de las propuestas mantienen modelos de comunicación orientados al consumo de contenido y no en la participación de la audiencia. Esta situación evidencia la necesidad de incorporar mecanismos que permitan una mayor interacción y construcción colectiva de relatos.

2. Los resultados obtenidos permitieron diseñar una propuesta narrativa transmedia compuesta por una serie documental, cápsulas digitales, un mapa interactivo y una plataforma participativa, demostrando que la integración de múltiples formatos favorece la expansión del universo narrativo y genera mayores posibilidades de interacción con los usuarios.

3. El proceso de conceptualización e innovación permitió desarrollar una propuesta de plataforma digital orientada a la recopilación y difusión de historias de hinchas, evidenciando que las herramientas digitales pueden facilitar espacios de participación y co-creación que fortalezcan el vínculo entre la audiencia y el contenido audiovisual.

4. El análisis de la identidad cultural del hincha aliancista permitió comprobar que las experiencias, recuerdos y testimonios de los aficionados constituyen un componente relevante dentro de la construcción de comunidades digitales. En este sentido, la propuesta contribuye a visibilizar expresiones culturales que suelen recibir menor atención dentro de las narrativas deportivas tradicionales.

5. En términos generales, se concluye que Pveblo Eterno representa una propuesta de innovación incremental que busca fortalecer la participación del usuario dentro de las narrativas transmedia deportivas. A través de la integración de herramientas digitales participativas y contenidos audiovisuales documentales, el proyecto plantea una alternativa orientada a la construcción colectiva de identidad, memoria y comunidad en entornos digitales.

4.2 Recomendaciones

1. Se recomienda desarrollar una versión funcional de la plataforma digital para validar en un entorno real los niveles de participación, interacción y permanencia de los usuarios dentro del ecosistema transmedia.
2. Se sugiere ampliar la investigación hacia otras comunidades de aficionados del fútbol peruano con el fin de comparar dinámicas de participación digital e identificar nuevas oportunidades de crecimiento para la propuesta.
3. Resulta conveniente incorporar elementos de gamificación, reconocimiento de usuarios y dinámicas colaborativas que incentiven una participación constante dentro de la plataforma.
4. Se recomienda establecer alianzas estratégicas con instituciones deportivas, medios digitales y organizaciones culturales que contribuyan a la sostenibilidad y difusión del proyecto.
5. Para futuras versiones, se sugiere implementar herramientas de análisis de datos que permitan medir indicadores como alcance, engagement, contenido generado por usuarios y crecimiento de la comunidad digital.
6. Finalmente, se recomienda explorar modelos de monetización compatibles con la naturaleza cultural y participativa del proyecto, tales como patrocinios, membresías, contenido exclusivo o colaboraciones con marcas vinculadas al ámbito deportivo.

V. Referencias Bibliográficas

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024, junio 18). *Aumentó la población usuaria de internet en todos los grupos de edad en el primer trimestre de 2024. Gobierno del Perú.* https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/aumento-la-poblacion-usuaria-de-internet-en-todos-los-grupos-de-edad-en-el-primer-trimestre-de-2024-15248/

Aguilar Veramendi, W. R. *Análisis del diseño de interfaz web orientada al aprendizaje interactivo sobre los deportes electrónicos (esports) en el Perú. Casos de estudio: Camp Gamers y Gamer Sensei.* [Tesis de facultad de diseño de programa, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Repositorio Institucional.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/4d0c7819-cf31-5f98-8cc9-a629604eb3e6

Araujo Ruíz, R. A. *La gestión de las comunidades virtuales futbolísticas de la primera división de fútbol peruana*. [Tesis de facultad de comunicaciones, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Repositorio Institucional. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/dc264220-fb9e-564d-8372-c47219f91d37

Villarroel Prado, R. K., & Zavaleta Siri, S. (2025). *Desarrollo de una estrategia de contenido digital para el programa de entrevistas 'Que Tal Cancha' de Cancheros TV.* [Tesis de facultad de comunicaciones, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Repositorio Institucional. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/0c5ec6bd-d497-55a8-97d8-9e3964063380

Chumbiauca Avila, R. (2018). *Estrategia de comunicación de la Federación Peruana de Fútbol en redes sociales durante el año 2017 que recuperó la confianza del hincha peruano.* https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/367b8072-d656-4ee1-b0b2-e126a4352f67

Camacho Sánchez, H. S., & Calderón Sanín, E. (2025). Panenka. com: creación de un medio de comunicación digital interactivo enfocado en periodismo deportivo a través de la transmedia. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (250), 205-219. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232025000100205&script=sci_abstract&tlng=en

Olano Ferreyra, M. D. R. Construcción de la identidad en ex barristas de un club de fútbol de Lima (Perú). **[Tesis de facultad de psicología, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Repositorio Institucional** https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/bb78e064-e0d5-5e22-a0a1-2f5e4031e970

Portella, A. P. (2018). Aproximación a los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. *Revista de comunicación*.

Lozano, J. A. C. (2020). Sobre el ritual, la violencia, la identidad y el aguante entre los hinchas del fútbol: estado actual de la investigación social. *Ciencia y sociedad*, *45*(3), 65-83. https://revistas.intec.edu.do/index.php/ciso/article/view/1933

Restrepo, T. P., & Zapata, J. J. C. (2025). SER HINCHA Y SUS MANIFESTACIONES SOCIOCULTURALES. UN ESTUDIO DE CASO EN UN EQUIPO DEL FÚTBOL COLOMBIANO. *Edu-física. com*, *17*(36), 1-26. https://revistas.ut.edu.co/index.php/edufisica/article/view/3793

VI. Anexos

6.1 Anexo 1: Uso de IA

Durante el desarrollo del presente proyecto se utilizaron herramientas de IA de la siguiente manera:

Herramienta: Stitch Google

Motivo: apoyo para la creación de nuestro prototipo en todas las etapas realizadas.

Promts utilizados:

"Mejora este prototipo para que sea de ALTA FIDELIDAD, totalmente terminado e interactivo. El diseño final debe ser estético, premium y no verse plano ni vacío.

REGLAS GLOBALES DE DISEÑO:

- Todas las ventanas deben tener un fondo azul marino oscuro.
- Las letras deben ser blancas o doradas, con una fuente moderna, limpia y muy legible.

INTERACTIVIDAD POR SECCIÓN:

1. INICIO:

- Quita por completo la parte de búsqueda y la de archivo.

- Haz que esta pantalla sea interactiva y tenga movimiento o alguna animación para que no se vea vacía.
- Dale acción a los botones de inicio: el icono de perfil debe permitir iniciar sesión y la campana debe activar las notificaciones.

2. CÁPSULAS:
- Al presionar cada video, debe abrirse una nueva ventana interactiva que nos lleve a la miniatura de ese video con su respectiva descripción.

3. SERIES:
- Los botones de los videos deben tener acción. Al hacer clic, se debe abrir otra ventana donde se vea la miniatura de esos videos más su descripción.

4. MAPA:
- Muestra un mapa interactivo con fotos de recuerdo donde los usuarios puedan compartir historias, opiniones y experiencias relacionadas con los estadios.

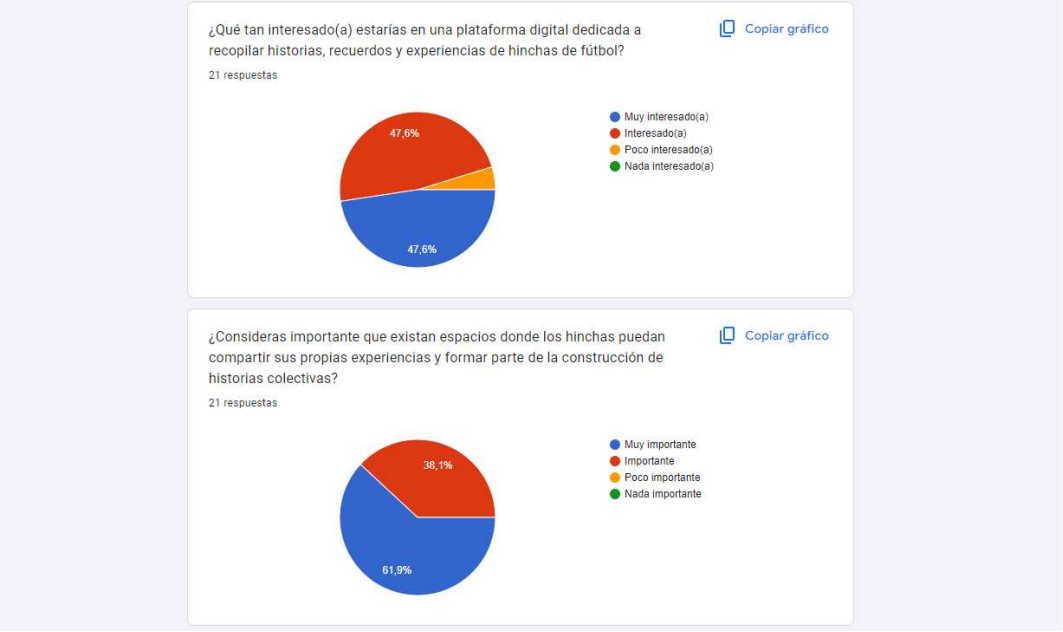
5. COMUNIDAD:
- Haz que sea mucho más dinámico y visualmente atractivo. Diseña elementos con profundidad para que no se vea plano.”

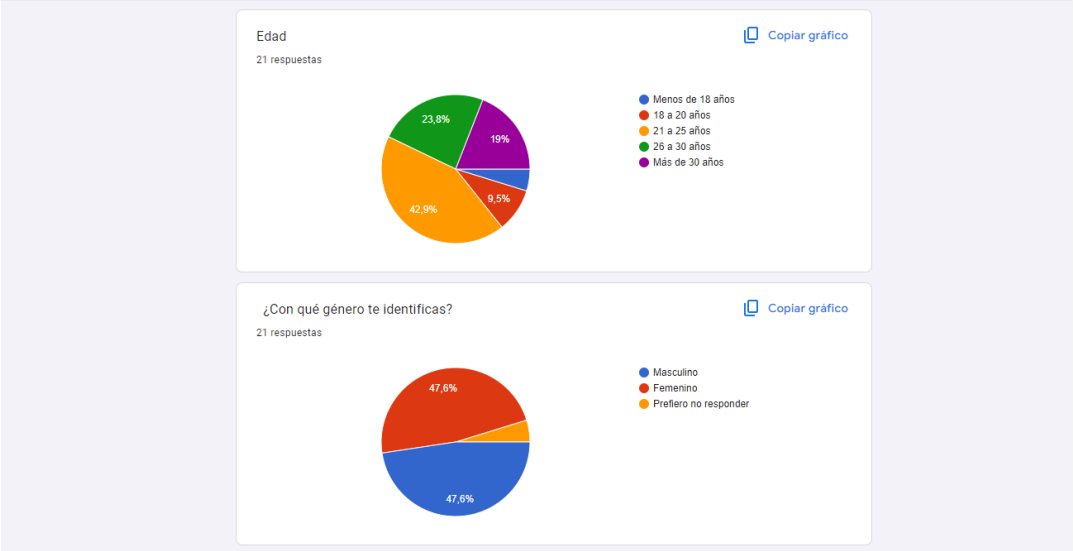
Herramienta: Gemini (Google)
Motivo: generación de una imagen de referencia para el arquetipo de usuario

Herramienta: ChatGpt (Google)
Motivo: Mejora de imagen de los arquetipos y scamper.

6.2 Anexo 2: Evidencia

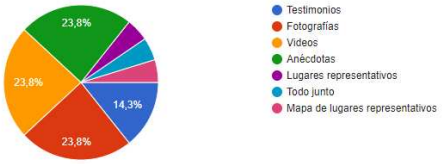
6.2.1 Evidencia de Encuesta Nº1





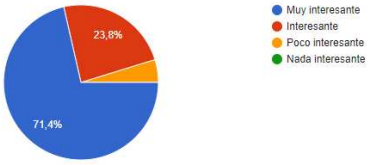
¿Qué tipo de contenido te gustaría encontrar en una plataforma de este tipo? Copiar gráfico

21 respuestas



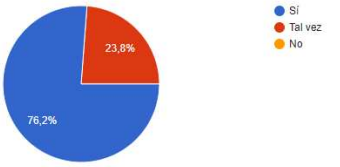
¿Te parece interesante una plataforma enfocada en las historias y experiencias de los hinchas de Alianza Lima? Copiar gráfico

21 respuestas



¿Compartirías alguna experiencia, recuerdo o testimonio personal dentro de una plataforma como esta? Copiar gráfico

21 respuestas



¿Cuál consideras que es el aspecto más valioso de la propuesta?

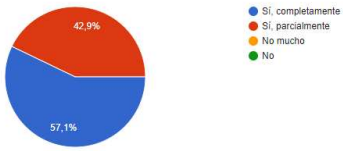
21 respuestas

- Anécdotas
- Tener presente la historia del club para los mas jovenes
- Los testimonios, ya que pueden llegar a conectar con más gente
- Lugares representativos
- Juntar la anécdotas de los hinchas
- Permite preservar la memoria y las experiencias de los hinchas, fortaleciendo el sentido de identidad y pertenencia
- Cómo llegar al hincha
- Que los hinchas puedan compartir

Después de observar el prototipo, ¿entendiste cuál es el propósito de la plataforma?

Copiar gráfico

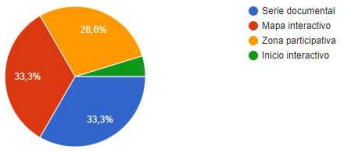
21 respuestas



¿Qué sección te llamó más la atención?

Copiar gráfico

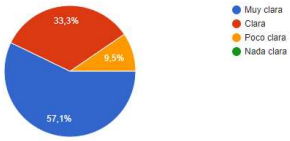
21 respuestas



¿La distribución y organización de los contenidos te parece clara?

Copiar gráfico

21 respuestas

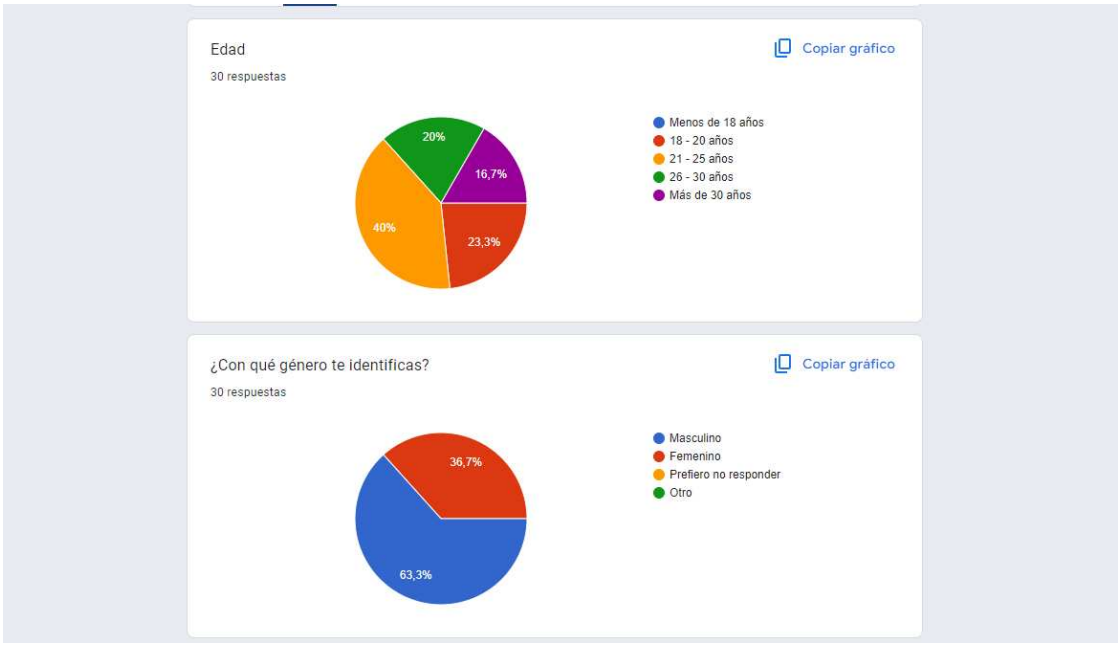


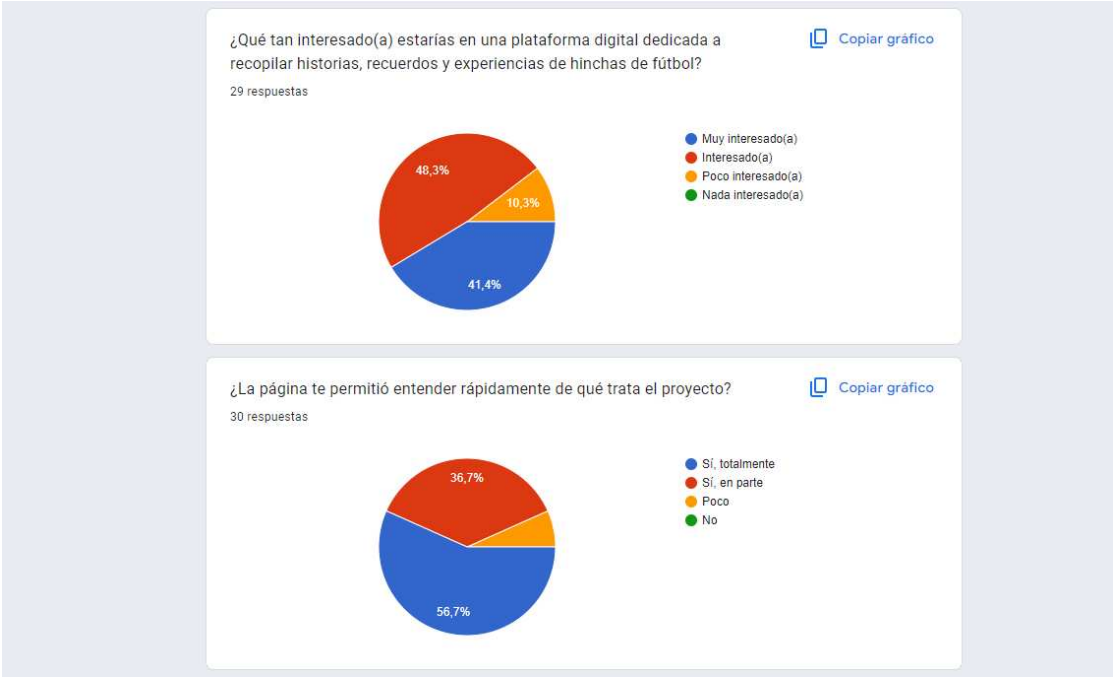
¿Qué mejorarías o agregarías a la plataforma antes de una versión final?

21 respuestas

Colores
Colores y distribución
Nada
Nada, me gusta
Reels o espacios para redes sociales en donde compartan información extra
Agregar más opciones para que los usuarios compartan fotos, videos y testimonios, además de un buscador de historias
En como llegarían a los interesados
Nada, está bien

6.2.2 Evidencia de Encuesta Nº2

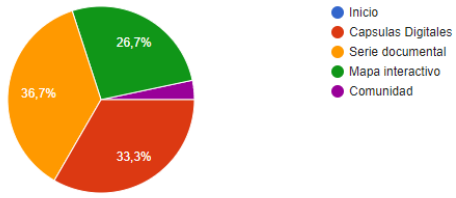




¿Qué sección te llamó más la atención?

Copiar gráfico

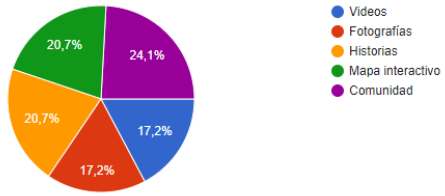
30 respuestas



¿Qué aspecto consideras que debería tener mayor presencia dentro de la plataforma?

Copiar gráfico

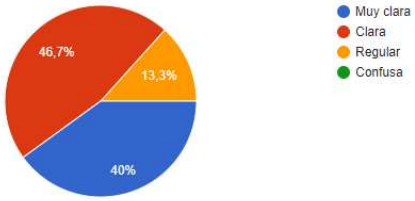
29 respuestas



¿Cómo calificarías la organización de la información dentro de la página?

Copiar gráfico

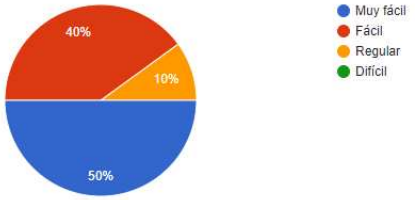
30 respuestas

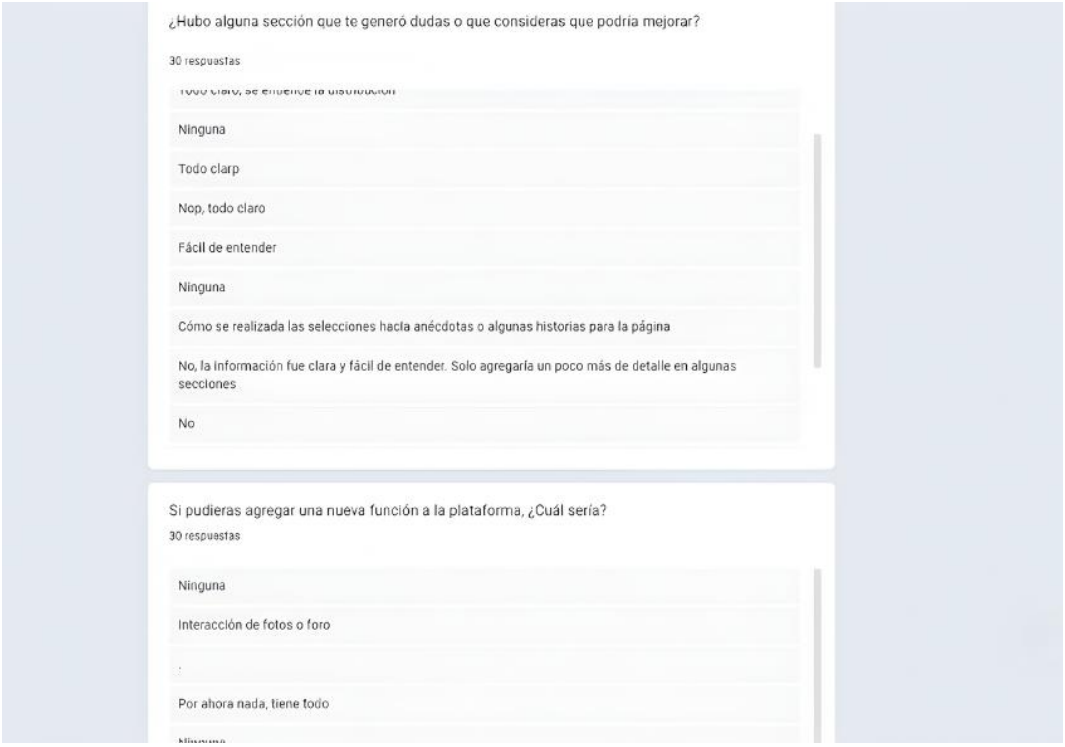


¿Qué tan fácil te resultó identificar dónde interactuar o participar dentro de la plataforma?

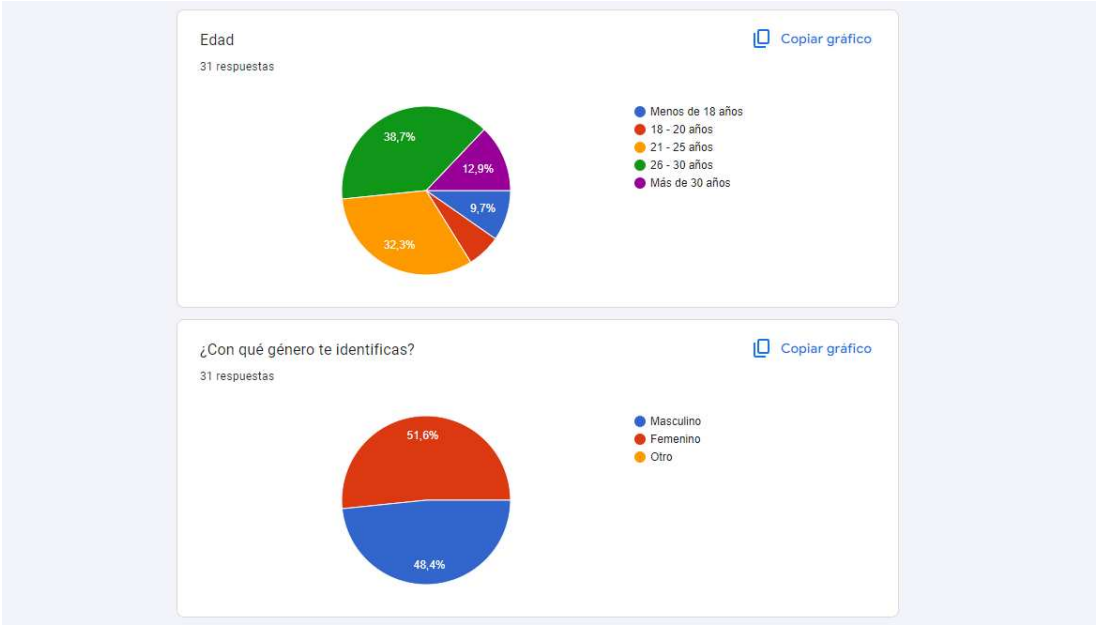
Copiar gráfico

30 respuestas





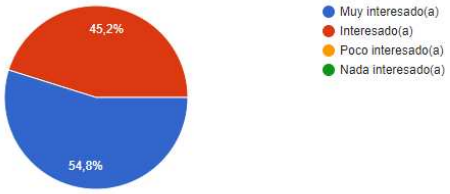
6.2.3 Evidencia de Encuestas Nº3



Después de observar el prototipo, ¿Qué tan interesado(a) estarías en utilizar una plataforma como Pveblo Eterno?

Copiar gráfico

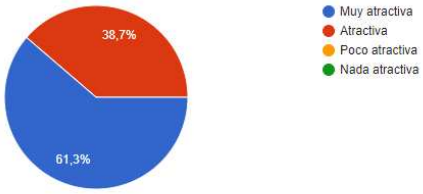
31 respuestas



¿La apariencia visual de la plataforma te parece atractiva?

Copiar gráfico

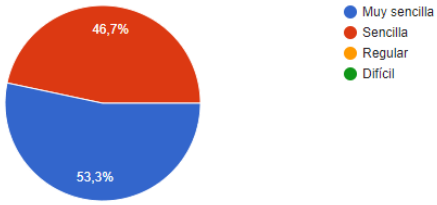
31 respuestas



¿La navegación entre las secciones te resultó sencilla?

Copiar gráfico

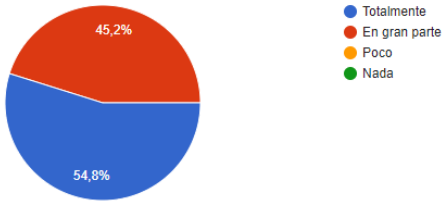
30 respuestas



¿Consideras que el contenido está organizado de forma clara?

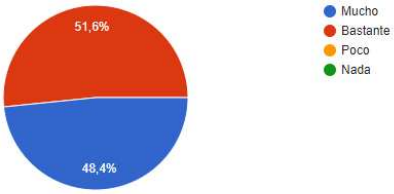
Copiar gráfico

31 respuestas



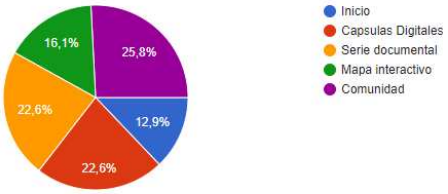
¿La plataforma transmite la identidad y esencia del hincha de Alianza Lima? Copiar gráfico

31 respuestas



¿Qué sección consideras que aporta más valor a la experiencia? Copiar gráfico

31 respuestas



En una escala del 1 al 5, ¿Cómo calificarías la propuesta en general? Copiar gráfico

31 respuestas



¿Consideras que la plataforma está lista para ser implementada? Copiar gráfico

30 respuestas

