ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

“Diseño de propuesta interactiva mediante la realidad aumentada, para la visualización del impacto social en Enseña Perú”

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

PRESENTADO POR:

Victor Andres Leon Casas

DNI: 72841817, Perú

ASESOR:

Junior's Manuel Calderón Riojas
DNI: 47001460, Perú
ORCID: 0000-0001-5005-2878

JURADO:

Cieza Olano Erick Manuel

Tiravanti Struque, Pierina Lucía

Mora Sifuentes Jasmine Erika

Lima, agosto 2026

Informe-2016003323-LEON.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:616382790

Fecha de entrega
22 ago 2026, 11:20 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
22 ago 2026, 11:22 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-2016003323-LEON.docx

Tamaño del archivo
3.8 MB

42 páginas

5437 palabras

33.020 caracteres

turnitin Página 1 de 50 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:616382790

21% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

10% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
18% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a: Mi madre y abuela por ser mi principal red de apoyo, quienes desde siempre me han impulsado a mejorar cada día tanto como persona y profesional. Así mismo se lo dedico a mi compañera de vida, mi esposa y a mi hijo quienes se han convertido en mi motivación diaria para seguir adelante.

Agradecimiento

Mi agradecimiento va dirigido a todos aquellos que han contribuido a la realización de este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **9**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 9

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 9

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 10

II. Descripción de la innovación **11**

2.1 Planteamiento del Problema 11

2.2 Población beneficiaria 13

2.3 Objetivo(s) del proyecto 15

2.4 Marco referencial 15

2.5 Proceso creativo y experimentos 17

2.5.1 Información sobre el usuario (s) 17

2.5.2. Información sobre el mercado 19

2.5.2.1. Oportunidades del Mercado 20

2.5.2.2. Competencia del Mercado 21

2.5.2.3. Barreras de entrada 21

2.5.2.4. Alcance Esperado 21

2.5.2.5. Mercado Objetivo del Producto 22

2.5.2.6 Demanda potencial en el mercado / segmento 22

2.5.3 Concepto y Propuesta de valor 23

2.5.4 Diseño de producto/servicio 28

2.5.5 Modelo de Negocio 29

2.5.6 Resultados esperados 31

2.5.7 Prototipos desarrollados 31

2.5.8 Experimentos 32

III. Estimación de costos **33**

3.1. Presupuesto 33

IV. Conclusiones y Recomendaciones **35**

4.1 Conclusiones 35

4.2 Recomendaciones 35

V. Referencias Bibliográficas **35**

VI. Anexos **37**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Metodología SCAMPER
Tabla 2. Ruta de Conceptualización
Tabla 3. Modelo de negocio
Tabla 4. Experimentos

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problema
Figura 2. Mapa de actores
Figura 3. Arquetipo de usuario
Figura 4. Mapa de empatía
Figura 5. Divergencia y convergencia
Figura 6. Propuesta de valor

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Diseño de propuesta interactiva mediante la realidad aumentada, para la visualización del impacto social en Enseña Perú"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Diseño de propuesta interactiva mediante la realidad aumentada, para la visualización del impacto social en Enseña Perú" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de enseñanza información y comunicaciones, y busca resolver las limitaciones existentes en la comunicación visual de organizaciones sociales, específicamente la dificultad para transmitir de manera emocional, clara e interactiva el impacto social generado en comunidades vulnerables, teniendo como población beneficiaria a jóvenes universitarios y profesionales entre 18 y 30 años interesados en educación, innovación social y experiencias digitales interactivas.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para colocar al usuario como centro de la propuesta y Lean Startup para impulsar la validación y desarrollo de la solución innovadora. Asimismo, se emplearon herramientas como mapa de actores, mapa de experiencia de usuario, benchmarking visual, propuesta de valor y prototipado, permitiendo comprender las necesidades del público objetivo y desarrollar una experiencia comunicacional más inmersiva y significativa.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en el diseño de una experiencia interactiva mediante realidad aumentada denominada **"Futuros Visibles"**, la cual busca visualizar el potencial y transformación de estudiantes

beneficiados por Enseña Perú a través de piezas gráficas físicas integradas con elementos digitales inmersivos. Se trata de una experiencia visual y emocional que utiliza dirección de arte, storytelling y tecnología AR para generar conexión emocional, aumentar la percepción del impacto social y fortalecer la identidad comunicacional de la organización.

Para la experimentación se diseñaron prototipos digitales y piezas gráficas interactivas como afiches, filtros de realidad aumentada y simulaciones audiovisuales, los cuales permitieron evaluar la interacción de los usuarios con la propuesta y medir el nivel de comprensión, recordación e impacto emocional generado durante la experiencia.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El presente proyecto de innovación se desarrolla en el contexto peruano, donde la educación es uno de los principales desafíos que como sociedad atravesamos, debido al difícil acceso y calidad del sistema educativo de nuestro país en las regiones más alejadas. Pese a los múltiples esfuerzos que se han realizado por mejorar la educación en zonas rurales, aún enfrentamos diversas dificultades como el comunicar y conectar de forma efectiva con la ciudadanía. Lo que obstaculiza la sostenibilidad de programas que buscan mejorar problemáticas como estas.

En cuanto al desarrollo de la educación rural en nuestro país (Molinari, 2023) menciona que pese a los avances en la cobertura y acceso en estas zonas el rendimiento académico no ha tenido una mejora significativa. Donde alguno de los factores que impiden obtener mayores avances son la deserción escolar y la desigualdad de género, por lo que impartir una educación de valor en estas zonas es de suma importancia.

En base a ello, surge la necesidad de fortalecer iniciativas como Enseña Perú, una organización orientada a reducir la desigualdad educativa mediante la formación de

líderes comprometidos con la enseñanza y el cambio social. Sin embargo, los constantes avances tecnológicos y las nuevas dinámicas de comunicación evidencian la necesidad de actualizar sus estrategias, tanto a nivel de propuesta de valor como de identidad y alcance.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

La educación rural en el Perú ha venido a atravesando desafíos significativos que afectan en el aprendizaje de niños y jóvenes de estas zonas. Pese a los avances y mejoras que se han dado, el sistema educativo depende en su mayoría de escuelas unidocentes donde su difícil acceso incrementa esta problemática. Por lo que, los individuos de estas zonas no solo atraviesan carencias educativas sino también socioeconómicas y de género. En el año 2023 se registró un 39.8% de alta pobreza y un 22.7% no cuenta con servicios básicos en sus hogares, así como la desigualdad de género que está estrechamente ligada al ámbito educativo. El 46% de mujeres entre los 14 y 29 años de edad en el área rural no tiene ingresos y dependen de un hombre. Algunas de las principales causas del deficiente sistema educativo en dichas zonas de nuestro país son su difícil acceso, la pobreza, desigualdad y la carente formación de profesionales.

Como consecuencia, cifras alarmantes en cuanto a la educación deja en evidencia que aún hay un arduo trabajo que hacer en nuestro sistema educativo como por ejemplo: 3.31 millones de habitantes en zonas rurales no han iniciado o terminado su educación básica, un 24% de estudiantes en nivel secundaria presenta retraso, la tasa de deserción escolar en inicial es de un 1.7%, a nivel primario 3.0% y en el nivel secundario el 5.2%. En dichas zonas el porcentaje de mujeres analfabetas va en aumento de un 23.5% y 8 de

cada 10 adolescentes embarazadas abandonan sus estudios (CREER: Creciendo con las escuelas rurales multigrado del Perú, 2022)

Dado a los desafíos que atraviesa la educación rural en el Perú, se enfrenta a diversas consecuencias como lo son el bajo rendimiento académico, deserción escolar, atraso, desigualdad y vulnerabilidad social y física (Urteaga, 2023)

Este problema se relaciona principalmente con 3 Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS):

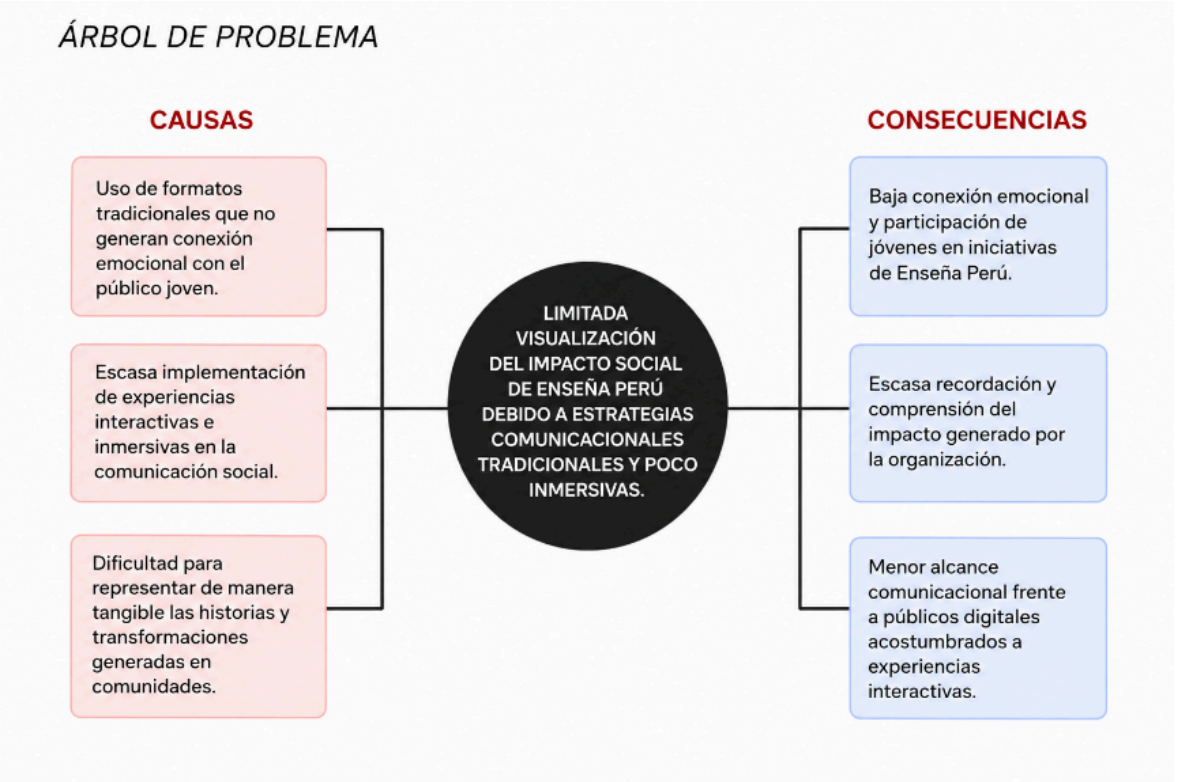
- ***ODS 4:*** Educación de calidad

  Este objetivo pretende garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad.
- ***ODS 9:*** Innovación e Infraestructura

  Promueve el uso de la tecnología en la educación, promueve la industrialización sostenible y promueve la investigación.

Es por ello que mejorar la educación en nuestro país se convierte en un trabajo en conjunto donde se involucra a programas nacionales como *Enseña Perú*, empresas, directivos y profesionales en la educación. Desde este enfoque, herramientas actualizadas como la dirección y diseño gráfico desempeñaría un papel fundamental en la innovación, promoción, mayor alcance y conectividad con agentes que aportes a estos programas, en el siguiente diagrama de la Figura 1 se observa las principales causas y consecuencias de dicha problemática.

Figura 1
Diagrama de Árbol de Problema



2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria del programa Enseña Perú se dirige principalmente a estudiantes de instituciones públicas ubicadas en zonas vulnerables o rurales, así como a profesionales de la educación que buscan mejorar sus enseñanzas pedagógicas y sumarse a este programa educativo.

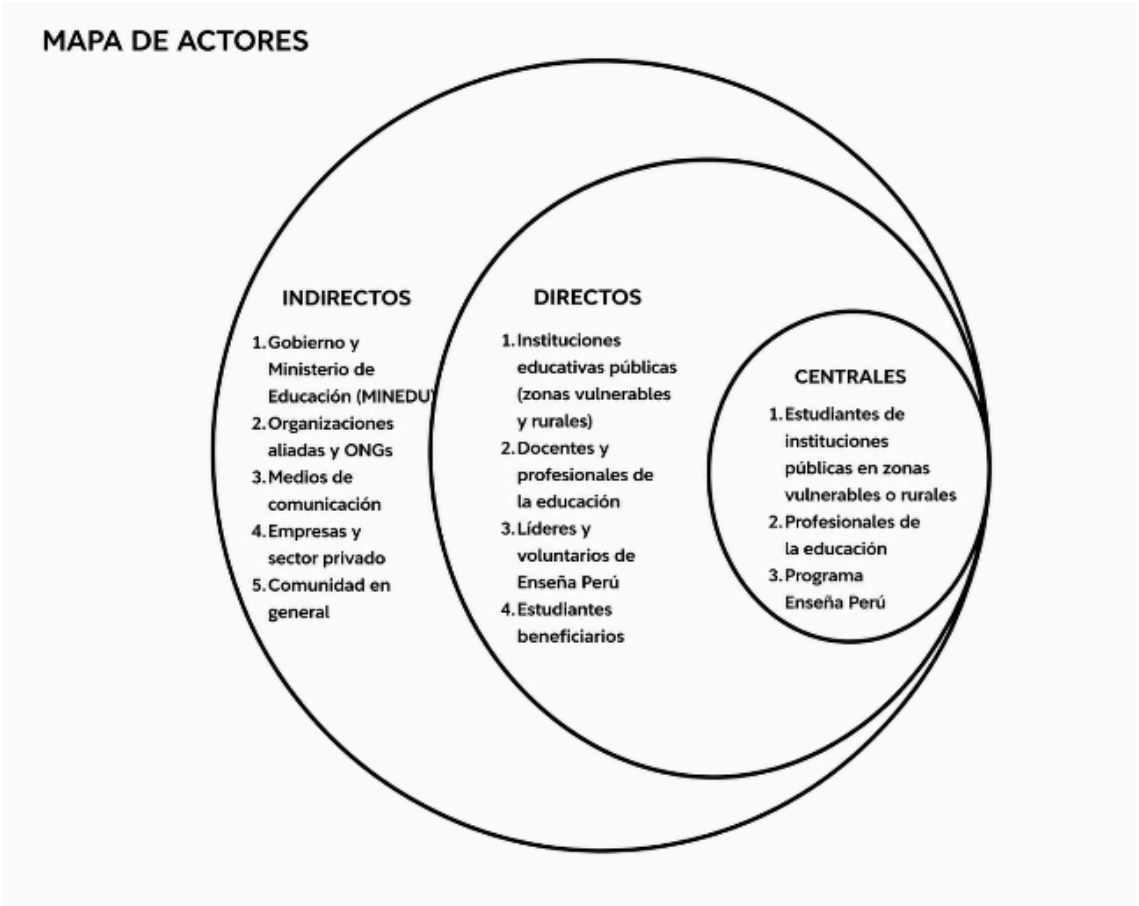
Desde siempre la educación ha sido vista como un derecho fundamental para toda persona, por lo que el estado tiene el deber de salvaguardarlo y promover a que este derecho llegue incluso a las zonas más apartadas. El estado en nuestro país durante los últimos años ha venido desarrollando diversos programas o proyectos enfocados en mejorar la calidad del servicio de educación principalmente en zonas de bajos recursos,

evidenciándose en la Figura 2.

Por lo que implementar nuevas herramientas que se adapten a la coyuntura actual por la que atraviesa el mundo entero como lo es el avance tecnológico a través de la inteligencia artificial y la realidad aumentada permite innovar en los procesos de enseñanza, haciendo los más dinámicos y accesibles. Donde no solo se mejora la experiencia educativa de los estudiantes, sino que también fortalece la formación de docentes y líderes, adaptándolos a las demandas actuales.

Beneficiando así a que programas como Enseña Perú llegue a más personas, instituciones y/o empresas que se sumen en su desarrollo.

Figura 2
Mapa de actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General

Diseñar una propuesta de dirección de arte y comunicación visual mediante realidad aumentada que permita visualizar de manera interactiva el impacto social en Enseña Perú.

Objetivos Específicos

- Desarrollar piezas gráficas y prototipos de realidad aumentada como herramientas de comunicación visual en contextos sociales.
- Evaluar la efectividad de la propuesta en términos de percepción, comprensión e impacto en el usuario.

2.4 Marco referencial

Actualmente, muchas organizaciones sociales presentan limitaciones en la manera en que comunican, utilizando principalmente formatos tradicionales que informan, pero que no logran generar una conexión emocional significativa con el público. Frente a ello, las nuevas generaciones digitales demandan experiencias más interactivas, inmersivas y participativas que permitan comprender y sentir las causas sociales desde una experiencia más cercana.

En este contexto, la comunicación visual y la dirección de arte adquieren un rol estratégico dentro de las organizaciones sociales. Según Jorge Frascara, el diseño gráfico debe entenderse como una disciplina orientada a resolver problemas de comunicación y facilitar la comprensión del mensaje por parte del usuario. Por su parte la autora (Acaso, 2006) sobre la comunicación visual menciona que este es un proceso por el cual las imágenes funcionan como medio de comunicación que permita transmitir información significativa y de gran impacto en las personas.

La realidad aumentada integra la información digital en tiempo real según el entorno del usuario, trayendo múltiples beneficios donde combina componentes digitales y tridimensionales con la percepción real, proporcionando nuevas estrategias de comunicación y la forma en que transmitimos la información (Yupangui & Jairo, 2024)

En el ámbito educativo peruano, la realidad aumentada viene siendo implementada progresivamente como una herramienta de innovación tecnológica y aprendizaje interactivo. La investigación "Tecnología de realidad aumentada para el proceso de enseñanza-aprendizaje en el Perú", desarrollada por Edward José Flores Masías, señala que la AR facilita una interacción más dinámica entre el usuario y la información, mejorando la comprensión y el acceso al conocimiento. (Masías, 2019)

Dentro del contexto peruano también existen investigaciones relacionadas a la construcción social de la realidad aumentada y la interacción digital en espacios urbanos, como el estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica del Perú sobre Pokémon Go y experiencias de AR en Lima, el cual evidencia cómo este tipo de tecnologías modifican las dinámicas de interacción y percepción del entorno social. (Alegre, 2018)

Frente a este panorama, surge la propuesta **"Futuros Visibles"**, una experiencia interactiva basada en realidad aumentada que busca visualizar el impacto social de Enseña Perú mediante la integración de piezas gráficas físicas y contenido digital inmersivo. La propuesta combina dirección de arte, storytelling visual y experiencia de usuario para generar una conexión emocional más profunda con el público objetivo.

De esta manera, el proyecto se posiciona dentro de la intersección entre diseño gráfico estratégico, innovación tecnológica y comunicación social, explorando cómo la realidad

aumentada puede convertirse en una herramienta capaz de transformar la percepción del impacto social en organizaciones educativas y sociales.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario (s)

El arquetipo de usuario es Valeria Torres es una joven profesional de 24 años que vive en Cañete - Imperial y mantiene un fuerte interés por la educación, la innovación y el impacto social. Se caracteriza por ser una persona creativa, empática y altamente conectada con entornos digitales, consumiendo constantemente contenido visual e interactivo en redes sociales. Aunque le interesa involucrarse en iniciativas con propósito, considera que muchas campañas sociales continúan utilizando formatos tradicionales que no logran generar una conexión emocional real. Valeria busca experiencias más dinámicas, humanas e inmersivas que le permitan comprender y sentir el impacto social de manera cercana y significativa, valorando especialmente la autenticidad, la creatividad y la innovación dentro de las organizaciones sociales.

Figura 3
Arquetipo de usuario



En el mapa de empatía Valeria Torres siente preocupación por las problemáticas sociales relacionadas con la educación y considera importante involucrarse en causas con impacto positivo. Sin embargo, percibe que muchas organizaciones utilizan campañas tradicionales que no logran transmitir emocionalmente el verdadero cambio que generan. Constantemente observa contenido digital interactivo e innovador, por lo que espera experiencias más inmersivas, humanas y visualmente atractivas. Además, busca información clara, cercana y auténtica que le permita conectar emocionalmente con las historias y sentirse parte de una comunidad con propósito. Aunque suele compartir contenido relacionado con impacto social y desarrollo personal, necesita propuestas más dinámicas y participativas que despierten su interés, generen empatía y le permitan visualizar de manera tangible el impacto real de las organizaciones sociales.

Figura 4
Mapa de empatía



A partir del arquetipo de usuario y el mapa de empatía, se logró percibir que las nuevas generaciones sí muestran interés por involucrarse en causas sociales y educativas; sin embargo, existe una desconexión emocional con la manera en que actualmente las organizaciones comunican su impacto. Valeria representa a un usuario que no solo busca recibir información, sino vivir experiencias capaces de generar empatía, cercanía y participación activa.

Asimismo, se identificó que las personas entienden las problemáticas sociales, pero no siempre logran conectar emocionalmente con ellas, ya que muchas campañas se perciben únicamente como datos o mensajes institucionales lejanos. Del mismo modo, se evidenció que los formatos tradicionales ya no son suficientes para captar la atención de públicos jóvenes digitalmente activos, quienes responden con mayor interés a experiencias interactivas, inmersivas y visualmente significativas. Además, se percibió que el impacto social adquiere mayor valor cuando puede visualizarse de forma tangible

y emocional, permitiendo que el usuario comprenda de manera más cercana la transformación generada en las comunidades.

Todos estos hallazgos permitieron llegar al insight principal del proyecto: “Hacer que las personas sientan el impacto social.” Porque hoy no solo se busca informar, sino generar experiencias emocionales donde las personas se sientan parte del impacto y del cambio social.

2.5.2. Información sobre el mercado

En nuestro país una de las principales problemáticas que nos aqueja es la necesidad de fortalecer la educación en comunidades vulnerables. Es por ello que el presente proyecto se desarrolla dentro del sector educativo, social y tecnológico. Enfocándose en el impacto social mediante la comunicación en el programa “Enseña Perú”. Evidenciándose en las cifras publicadas por la revista CREER, donde más de 3.3 millones de personas que viven en zonas rurales no han iniciado o culminado su educación básica, mientras que el 24% de estudiantes de secundaria presentan retraso escolar, evidenciando las brechas existentes en el sistema educativo rural. (CREER, 2022)

Asimismo, el contexto social en el que interviene Enseña Perú se caracteriza por importantes desigualdades. En 2023, la pobreza económica en las zonas rurales alcanzó el 39.8% de la población, afectando directamente las oportunidades educativas de miles de estudiantes. (Gobierno del Perú, 2024)

2.5.2.1. Oportunidades del Mercado

Debido al mayor uso de las herramientas tecnológicas, consumo de contenido digital y de experiencias interactivas en público de todas las edades, nace esta oportunidad de

innovación. Pese a ello aún existe un porcentaje significativo de organizaciones sociales que continúan utilizando formatos tradicionales para comunicar sus resultados o su propósito, lo que dificulta generar una conexión emocional profunda con sus audiencias.

Además, las problemáticas educativas en zonas rurales continúan siendo significativas. El Proyecto CREER señala que solo el 13% de estudiantes rurales de cuarto grado alcanzó niveles satisfactorios en lectura y matemáticas, reflejando la necesidad de fortalecer iniciativas que visibilicen y apoyen el desarrollo educativo en estas comunidades.

En este escenario, la realidad aumentada representa una oportunidad para comunicar de forma innovadora el impacto social generado por Enseña Perú.

2.5.2.2. Competencia del Mercado

Actualmente existen diversas organizaciones y fundaciones que desarrollan campañas de sensibilización relacionadas con educación. Sin embargo, la mayoría utiliza estrategias basadas en contenido audiovisual tradicional, publicaciones digitales o reportes institucionales.

La principal ventaja competitiva de esta propuesta radica en la incorporación de realidad aumentada y experiencias inmersas, permitiendo al usuario visualizar de manera más cercana las historias.

2.5.2.3. Barreras de entrada

Entre las principales barreras se encuentra el difícil acceso al uso de las tecnologías en las zonas rurales, así como el desconocimiento de la realidad aumentada aplicada a la comunicación.

Asimismo, las comunidades donde trabaja Enseña Perú enfrentan desafíos estructurales importantes. Según el Proyecto CREER, el 43.8% de la población rural es considerada pobre y solo el 28.2% tiene acceso simultáneo a agua, electricidad y saneamiento, condiciones que reflejan las desigualdades presentes en estas zonas.

Estas limitaciones hacen necesario desarrollar estrategias de comunicación más efectivas que permitan sensibilizar a potenciales aliados, voluntarios y patrocinadores.

2.5.2.4. Alcance Esperado

Se espera desarrollar una experiencia interactiva basada en realidad aumentada que permita visualizar de forma emocional el impacto social de Enseña Perú. La propuesta busca incrementar el interés y la participación de jóvenes, empresas y potenciales aliados mediante una comunicación más inmersiva y significativa.

Además, permitirá fortalecer el posicionamiento de Enseña Perú como una organización innovadora dentro del ámbito educativo y social, alineándose con su visión de impulsar una educación de trascendencia para todos los estudiantes peruanos.

2.5.2.5. Mercado Objetivo del Producto

- **Segmentado Primario**

Jóvenes entre 18 y 30 años, universitarios y profesionales interesados en educación, innovación social y voluntariado.

- **Segmentado Secundario**

Empresas privadas, instituciones educativas y organizaciones interesadas en proyectos de responsabilidad social y transformación educativa.

- **Segmento Beneficiario**

Estudiantes, docentes y comunidades vulnerables impactadas por los programas de Enseña Perú.

Según Enseña Perú, sus programas buscan generar mejoras en el aprendizaje académico, habilidades socioemocionales y liderazgo tanto en estudiantes como en docentes y directivos.

2.5.2.6 Demanda potencial en el mercado / segmento

La demanda potencial se sustenta en la necesidad de visibilizar las problemáticas educativas que aún afectan a millones de peruanos. De acuerdo con el Proyecto CREER, más de 3.3 millones de habitantes rurales no culminaron su educación básica, mientras que el analfabetismo en mujeres rurales alcanza el 23.5%.

Estas cifras evidencian la necesidad de fortalecer iniciativas educativas como Enseña Perú y de implementar nuevas herramientas de comunicación que permitan sensibilizar al público sobre la magnitud del problema. En este contexto, la realidad aumentada surge como una alternativa innovadora para generar mayor comprensión, empatía y compromiso social frente a los desafíos educativos del país.

2.5.3 Concepto y Propuesta de valor

Con la finalidad de desarrollar el concepto y la propuesta de valor del proyecto, se utilizó el pensamiento divergente para explorar diversas alternativas orientadas a fortalecer la comunicación del impacto social de Enseña Perú. A través de sesiones de lluvia de ideas se plantearon las siguientes propuestas:

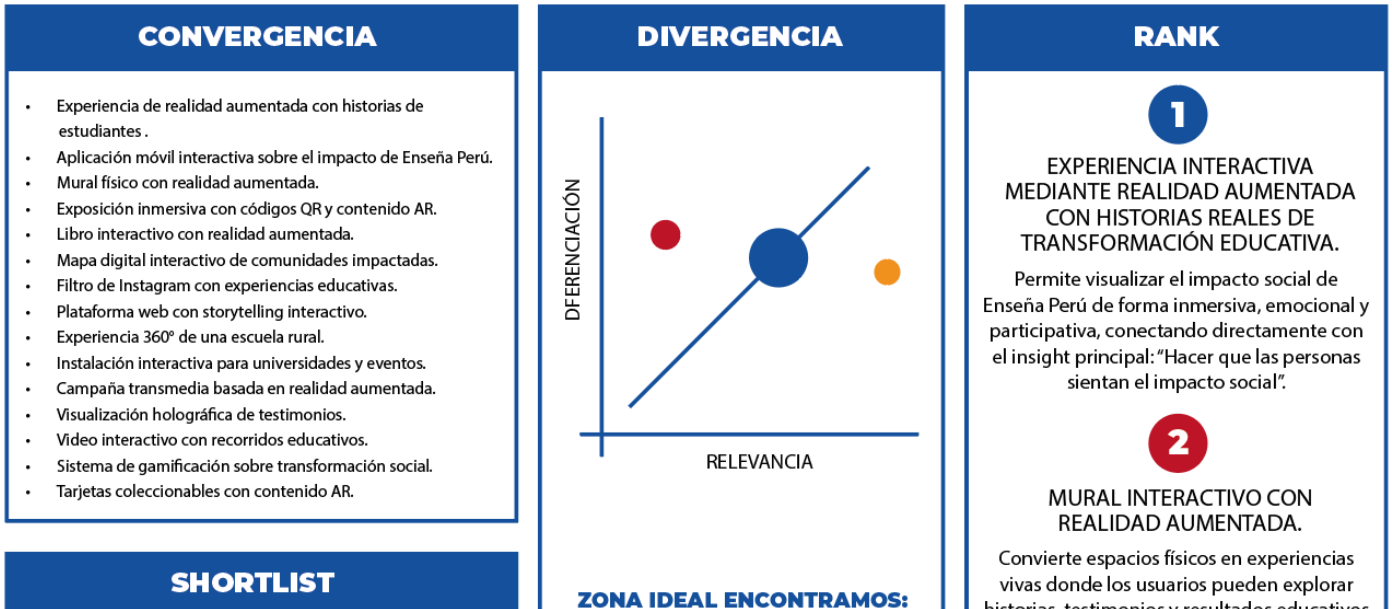
- Experiencia de realidad aumentada con historias de estudiantes beneficiados.

- Aplicación móvil interactiva sobre el impacto de Enseña Perú.
- Mural físico con realidad aumentada.
- Exposición inmersiva con códigos QR y contenido AR.
- Libro interactivo con realidad aumentada.
- Mapa digital interactivo de comunidades impactadas.
- Filtro de Instagram con experiencias educativas.
- Plataforma web con storytelling interactivo.
- Experiencia 360° de una escuela rural.
- Instalación interactiva para universidades y eventos.

Tras evaluar las propuestas, se seleccionaron las tres alternativas con mayor potencial:

- Experiencia de realidad aumentada con historias reales de transformación educativa.
- Mural interactivo con realidad aumentada que visualice el impacto social de Enseña Perú.
- Libro interactivo con realidad aumentada que muestre historias, datos y testimonios de beneficiarios.

Figura 5
Divergencia y convergencia



Posteriormente, se aplicó la metodología SCAMPER para fortalecer la propuesta seleccionada e identificar nuevas oportunidades de innovación en la comunicación del impacto social de Enseña Perú. (University, 2024)

Sustituir: Se propuso reemplazar los formatos tradicionales basados en informes y estadísticas por experiencias inmersivas e interactivas que involucren activamente al usuario.

Combinar: Se integró realidad aumentada, storytelling y diseño gráfico para crear experiencias visuales capaces de representar historias reales de transformación educativa.

Adaptar: Se tomaron como referencia experiencias inmersivas de museos y proyectos educativos digitales, adaptándolas al contexto social y educativo peruano.

Modificar: Se planteó potenciar los elementos visuales y narrativos, otorgando mayor protagonismo a las historias de estudiantes, docentes y comunidades beneficiadas.

Poner en otro uso: Se identificó la posibilidad de implementar la propuesta en eventos educativos, universidades, ferias de innovación social y campañas institucionales.

Eliminar: Se propuso reducir los contenidos excesivamente técnicos, priorizando mensajes claros, recursos visuales y narrativas que faciliten la comprensión y la conexión emocional.

Reorganizar: Se sugirió cambiar la estructura tradicional de comunicación, iniciando la experiencia con historias humanas y testimonios reales antes de presentar datos e indicadores de impacto.

Tabla 1
Metodología SCAMPER

ACCIÓN	PREGUNTA	IDEA GENERADA
SUSTITUIR	¿Qué parte puedo reemplazar?	Reemplazar los informes, estadísticas y publicaciones tradicionales por una experiencia interactiva en realidad aumentada que permita comprender el impacto social de manera vivencial.
COMBINAR	¿Qué pasaría si uno dos elementos?	Integrar realidad aumentada, storytelling, diseño gráfico y contenido multimedia para construir una experiencia inmersiva que conecte emocionalmente con el usuario.
ADAPTAR	¿Cómo funciona esto en otro contexto?	Adaptar experiencias inmersivas utilizadas en museos y proyectos educativos digitales al contexto social y educativo peruano para comunicar el trabajo de Enseña Perú.
MODIFICAR	¿Qué puedo ampliar o reducir?	Potenciar el protagonismo de las historias reales de estudiantes, docentes y comunidades beneficiadas, reduciendo el énfasis en datos técnicos y priorizando la narrativa visual.
PONER EN OTRO USO	¿Cómo aplicarlo de otra manera?	Implementar la experiencia en universidades, ferias educativas, eventos institucionales, campañas de sensibilización y espacios culturales para ampliar el alcance del proyecto.
ELIMINAR	¿Qué puedo quitar?	Eliminar contenidos excesivamente técnicos, textos extensos y formatos informativos tradicionales, priorizando recursos visuales, interacción y mensajes claros.
REORGANIZAR	¿Qué pasa si cambio la secuencia?	Iniciar la experiencia con testimonios e historias de transformación para generar empatía y, posteriormente, presentar indicadores y resultados del impacto social de Enseña Perú.

Para la Ruta de Conceptualización, se identificó que el proyecto surge como respuesta a la necesidad de fortalecer la comunicación del impacto social generado por Enseña Perú. Aunque la organización desarrolla importantes acciones en comunidades vulnerables, gran parte de la población desconoce el alcance de sus resultados. Por ello, se plantea una propuesta que aprovecha las experiencias digitales e interactivas para acercar estas historias de transformación a las personas.

El proyecto se clasifica dentro de la comunicación visual, el diseño gráfico y la innovación tecnológica aplicada al ámbito educativo y social. La propuesta integra realidad aumentada, dirección de arte y storytelling para transformar la forma en que se comunica el impacto social, generando una experiencia más cercana, emocional y memorable.

Tabla 2
Ruta de Conceptualización

CLASIFÍCALO	Proyecto de comunicación visual basado en realidad aumentada para difundir el impacto social de Enseña Perú.
DESCRÍBELO	Experiencia inmersiva que utiliza realidad aumentada, storytelling y recursos visuales para mostrar historias reales de transformación educativa generadas por Enseña Perú.
DIFERENCIAL	Transforma la comunicación tradicional en una experiencia interactiva y emocional que permite al usuario comprender el impacto social de forma vivencial.
CONTEXTUALÍZALO	Dirigido a jóvenes de 18 a 30 años interesados en educación, innovación y causas sociales, en un contexto donde el impacto de Enseña Perú aún tiene poca visibilidad.
CONCEPTO REDACTADO	una experiencia inmersiva basada en realidad aumentada que convierte el impacto social de Enseña Perú en una vivencia emocional, permitiendo que las personas no solo conozcan el cambio generado, sino que realmente lo sientan.

La propuesta de valor consiste en diseñar una experiencia interactiva basada en realidad aumentada que permita visualizar historias reales de transformación educativa mediante recursos visuales, contenido multimedia y narrativas inmersivas. Su principal objetivo es convertir la comunicación tradicional de Enseña Perú en una experiencia participativa, permitiendo que los usuarios comprendan y experimenten de manera directa el impacto social generado por la organización.

El proyecto se desarrolla en un contexto marcado por las brechas educativas existentes en diversas regiones del Perú y está dirigido principalmente a jóvenes entre 18 y 30 años interesados en educación, innovación y causas sociales, quienes muestran afinidad por experiencias digitales e interactivas.

La propuesta busca acercar el impacto social a las personas mediante experiencias inmersivas capaces de generar empatía, sensibilización y compromiso. A diferencia de las estrategias tradicionales basadas únicamente en la difusión de información, integra realidad aumentada, diseño gráfico y storytelling para que los usuarios puedan visualizar, comprender y conectar emocionalmente con las historias de transformación educativa impulsadas por Enseña Perú.

En síntesis, la propuesta transforma la comunicación del impacto social en una experiencia tangible y memorable, permitiendo que las personas no solo conozcan los resultados de Enseña Perú, sino que también los experimenten y comprendan desde una perspectiva más humana y cercana.

Figura 6
Propuesta de valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

El proyecto consiste en el diseño de una propuesta interactiva basada en realidad aumentada para visualizar el impacto social generado por Enseña Perú. Su objetivo es transformar la comunicación tradicional en una experiencia que permita a los usuarios conocer de manera más cercana las historias de transformación educativa desarrolladas en comunidades vulnerables.

La propuesta funcionará a través de dispositivos móviles, permitiendo acceder a contenidos interactivos mediante códigos QR. A través de la realidad aumentada, los usuarios podrán visualizar testimonios, historias reales, datos de impacto, fotografías y videos que evidencien los resultados obtenidos por la organización.

El servicio integra diseño gráfico, dirección de arte, storytelling y realidad aumentada para generar una experiencia emocional, participativa y memorable. Además, podrá utilizarse en eventos educativos, ferias, campañas institucionales y plataformas digitales, ampliando el alcance y la visibilidad de Enseña Perú.

Su principal valor radica en convertir el impacto social en una experiencia tangible, permitiendo que las personas no solo conozcan los resultados de la organización, sino que también puedan comprenderlos y sentirlos de una manera más significativa.

2.5.5 Modelo de Negocio

El proyecto se desarrolla como un servicio de comunicación interactiva para Enseña Perú, orientado a fortalecer la difusión de su impacto educativo mediante realidad aumentada. Su modelo de negocio se basa en ofrecer una experiencia que combina diseño gráfico, storytelling y tecnología para transformar la comunicación tradicional en una experiencia emocional y participativa.

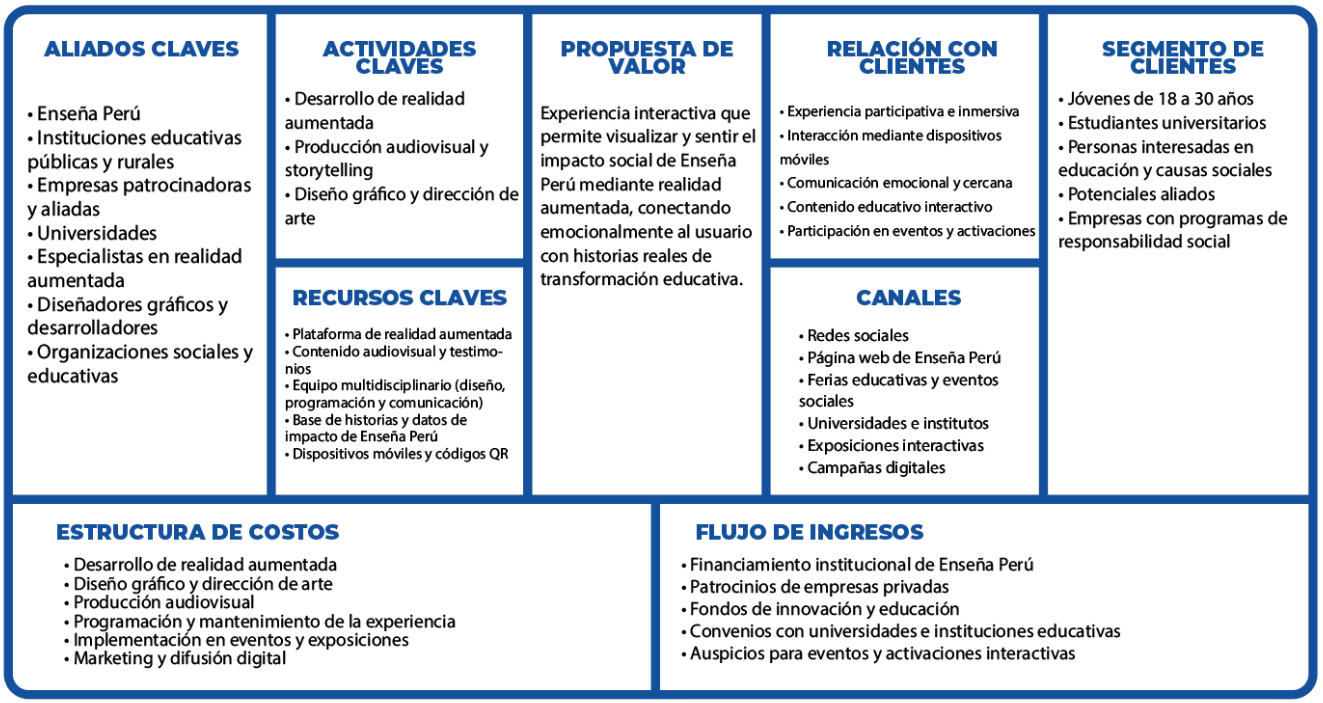
La propuesta de valor consiste en permitir que las personas no solo conozcan el impacto social generado por Enseña Perú, sino que también puedan experimentarlo y comprenderlo de manera más cercana. Esto contribuye a generar empatía, sensibilización y una mayor conexión con las historias de transformación educativa.

El modelo presenta potencial de escalabilidad, ya que la experiencia puede implementarse en universidades, eventos educativos, ferias de innovación social, exposiciones y plataformas digitales, además de actualizarse constantemente con nuevos contenidos e historias.

Su sostenibilidad se apoya en alianzas con instituciones educativas, empresas privadas y organizaciones sociales, así como en patrocinios, convenios y fondos de innovación. De esta manera, la propuesta fortalece la visibilidad de Enseña Perú y consolida su posicionamiento como una organización innovadora comprometida con la transformación educativa del país.

Tabla 3

Modelo de negocio



2.5.6 Resultados esperados

El resultado esperado del proyecto es que las personas no solo conozcan el impacto social de Enseña Perú, sino que puedan comprenderlo y sentirlo, fortaleciendo su compromiso con la educación como motor de transformación social. A través de la experiencia interactiva mediante realidad aumentada logrando así que los usuarios comprendan y conecten de manera más cercana con el impacto social generado por Enseña Perú. Esto se logrará mediante contenidos visuales e inmersivos.

Asimismo, la propuesta fortalecerá la comunicación institucional de Enseña Perú, haciendo que sus resultados sean más visibles, accesibles y memorables para el público. Esto contribuirá a reforzar su posicionamiento como una organización innovadora comprometida con la educación.

Por otro lado con esta campaña de realidad aumentada se espera que aumente la tasa de donaciones de Enseña Perú.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El prototipo desarrollado consiste en una experiencia interactiva de realidad aumentada diseñada para comunicar de manera significativa el impacto social de Enseña Perú.

La experiencia inicia cuando el usuario accede mediante un código QR desde su dispositivo móvil. A partir de ello, se activan elementos de realidad aumentada que permiten visualizar historias reales de transformación educativa mediante contenido tridimensional, testimonios y recursos visuales interactivos.

El usuario explorará las historias de estudiantes, docentes y comunidades beneficiadas, comprendiendo los desafíos y logros de la educación en zonas rurales y vulnerables del Perú, lo que favorecerá a fortalecer la empatía y la conexión emocional con la causa.

Al finalizar, el usuario recibe un mensaje de reflexión y un llamado a la acción para conocer más sobre Enseña Perú, compartir la experiencia con sus allegados o involucrarse como aliado de la organización.

2.5.8 Experimentos

El experimento busca evaluar la capacidad de la experiencia para captar la atención del usuario, generar empatía hacia las problemáticas educativas rurales y fortalecer la comprensión del impacto social de la organización.

Durante las pruebas, los usuarios interactúan con contenido tridimensional, testimonios y recursos visuales inmersivos, permitiendo analizar sus reacciones, nivel de comprensión, conexión emocional e interés por involucrarse con la causa. Los resultados esperados buscan comprobar que la realidad aumentada constituye una alternativa más atractiva y efectiva que los formatos tradicionales de comunicación para

acercar el impacto social de Enseña Perú a públicos jóvenes digitalmente activos.

Para más detalles de las preguntas hacia los encuestados, revisar en los anexos donde también se encuentran las fotos y evidencias.

Tabla 4

Experimentos

¿Qué probará el prototipo?	Objetivos del prototipo	Trabajo de Taller
• La capacidad de la realidad aumentada para captar la atención del usuario. • La comprensión de las historias y contenidos interactivos presentados. • El nivel de empatía generado hacia las problemáticas educativas rurales. • La conexión emocional con el impacto social de Enseña Perú. • El interés del usuario por involucrarse, compartir o apoyar la causa.	• Evaluar si la experiencia genera interés desde el primer contacto. • Validar la claridad y facilidad de uso de la experiencia interactiva. • Identificar qué elementos visuales y narrativos generan mayor impacto emocional. • Comprobar si la experiencia fortalece la sensibilización y el compromiso con la educación rural.	Recursos: • Plataforma de realidad aumentada. • Recursos audiovisuales y testimonios. Proceso de elaboración: • Investigación y recopilación de historias reales. • Desarrollo del concepto visual y narrativa interactiva. • Integración de contenido en realidad aumentada. • Desarrollo del prototipo funcional. • Pruebas de usuario y ajustes finales.
Contacto usuario/prototipo El usuario accede mediante un código QR desde su dispositivo móvil y activa la experiencia de realidad aumentada. A partir de ello, explora historias, testimonios, indicadores de impacto que muestran la transformación educativa generada por Enseña Perú en comunidades rurales.	Reacciones esperadas: • Curiosidad e interés por explorar la experiencia. • Sorpresa al visualizar contenidos mediante realidad aumentada. • Mayor empatía hacia estudiantes y docentes beneficiados. • Reflexión sobre la importancia de la educación en zonas vulnerables. • Interés por conocer más sobre Enseña Perú y su impacto social.	Validación esperada: • Se comprenden fácilmente la experiencia. • La realidad aumentada resulta más atractiva que los formatos tradicionales. • Existe una mayor conexión emocional con las historias presentadas. • Se incrementa el conocimiento sobre la labor de Enseña Perú. • Los usuarios muestran una actitud más favorable para involucrarse y apoyar.

de los costos incluyendo los recursos humanos, tecnológicos y materiales necesarios para el diseño, desarrollo e implementación del prototipo. Al ser esta una propuesta de innovación social orientada a fortalecer la comunicación del impacto social de Enseña Perú, el proyecto no busca generar ingresos inmediatos, sino ofrecer una solución innovadora que pueda ser implementada mediante alianzas estratégicas, financiamiento institucional o fondos destinados a proyectos de innovación educativa y social.

3.1. Presupuesto

El presupuesto contempla el desarrollo de la experiencia interactiva basada en realidad aumentada, el diseño gráfico y la dirección de arte, la producción de contenido multimedia, el desarrollo tecnológico, las pruebas piloto y los recursos necesarios para su implementación y validación. Asimismo, se considera una reserva para posibles ajustes técnicos durante la ejecución del proyecto.

El costo total estimado para el desarrollo e implementación del prototipo es de **S/**31,500.00 soles, suma que permitirá desarrollar una experiencia capaz de comunicar de forma innovadora el impacto social generado por Enseña Perú, fortaleciendo además la conexión emocional del público con la organización, lo que contribuirá con el incremento en la visibilidad y alcance.

Tabla 5
Detalle de presupuesto

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	COSTO ESTIMADO (S/.)
Diseño de identidad visual	Desarrollo del sistema gráfico, dirección de arte, interfaces y lineamientos visuales de la experiencia interactiva.	3,000.00
Diseño UX/UI	Diseño de la experiencia del usuario, arquitectura de información, wireframes, navegación e interacción.	2,500.00
Desarrollo de la experiencia en realidad aumentada	Programación de la aplicación, integración de contenidos interactivos y funcionalidades de realidad aumentada.	4,000.00
Producción de contenido multimedia	Elaboración de modelos 3D, ilustraciones, animaciones, edición de video y recursos audiovisuales para el storytelling.	5,500.00
Desarrollo de plataforma informativa	Diseño e implementación de una landing page con información del proyecto y acceso a la experiencia mediante códigos QR.	1,500.00
Equipos tecnológicos y pruebas	Dispositivos móviles, equipos de procesamiento y recursos tecnológicos necesarios para ejecutar y validar el prototipo.	4,000.00
Implementación y pruebas piloto	Instalación del prototipo, validación con usuarios, evaluación de resultados y mejoras de la experiencia.	8,000.00
Material de difusión y contingencias	Material gráfico para la implementación, piezas de apoyo y reserva para	3,000.00

	ajustes e imprevistos durante el desarrollo.	
TOTAL ESTIMADO		**S/ 31,500.00**

IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

En base a los resultados obtenidos, se concluye que el público beneficiario muestra una alta aceptación con respecto al uso de experiencias interactivas y realidad aumentada para conocer causas sociales de manera dinámica. Así mismo el proyecto permitió identificar que una de las principales dificultades del programa Enseña Perú es la limitada comunicación del impacto social que genera en las comunidades donde interviene.

Demostrando así que el proyecto de investigación integra los recursos tecnológicos e interactivos como una alternativa innovadora para incrementar la visibilidad de proyectos como Enseña Perú u otros, fortaleciendo la comunicación institucional y acercando su impacto a potenciales aliados, voluntarios y ciudadanos interesados en contribuir con la mejora de la educación en el país.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda implementar progresivamente la experiencia de realidad aumentada en campañas y eventos de Enseña Perú, actualizando periódicamente sus contenidos e incorporando nuevas historias de impacto. Además, se sugiere seguir utilizando tecnologías inmersivas para fortalecer la comunicación, ampliar el alcance de la organización y atraer nuevos aliados y voluntarios.

V. Referencias Bibliográficas

Acaso, M. (2006). Obtenido de https://www.planetadelibros.com/libro-el-lenguaje-visual/54132?utm_source=chatgpt.com

Alegre, M. A. (2018). *realidad y fantasía en la construcción social de la realidad aumentada.* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/items/7d102baa-99ac-4ca8-8f95-b0deddba88dc

CREER: Creciendo con las escuelas rurales multigrado del Perú. (2022). Obtenido de https://www.grade.org.pe/creer/educacion-rural-en-el-peru/cifras/

Gobierno del Perú. (9 de mayo de 2024). Obtenido de Gobierno del Perú. Obtenido de https://l1nq.com/frps9hf

Masías, E. J. (2019). *Tecnología de realidad aumentada para el proceso de enseñanza-aprendizaje en el Perú.* Lima: Universidad Federico Villareal. Obtenido de https://doi.org/10.24039/cv201862277

Molinari, G. (07 de septiembre de 2023). *El Montonero: primer portal de opinión del Perú.* Obtenido de El Montonero: primer portal de opinión del Perú: https://elmontonero.pe/columnas/problematica-de-la-educacion-rural-en-el-peru-i

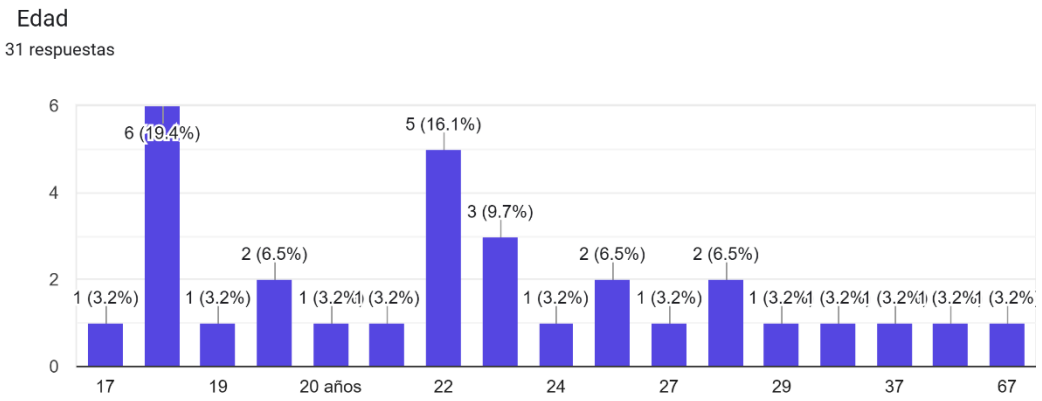
University, E. (2024). *Marketing y Comunicaciones.* Obtenido de https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-metodo-scamper-como-aplicarlo-c

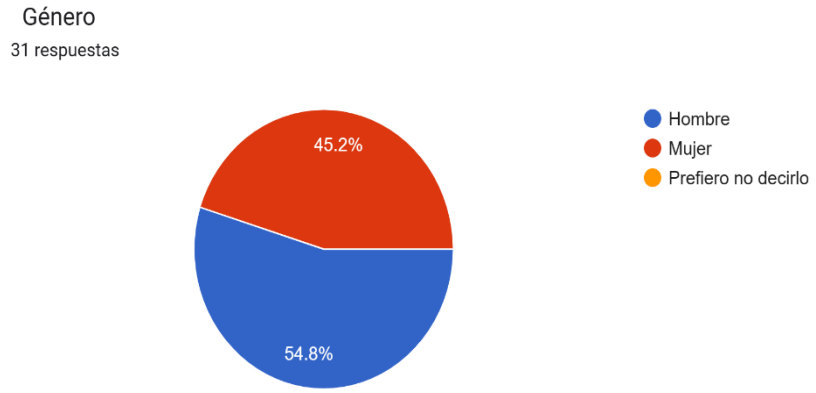
Urteaga, M. F. (2023). *Educación y pandemia: la falta de inclusión educativa en las zonas rurales.* Lima. Obtenido de https://l1nq.com/u32d25o

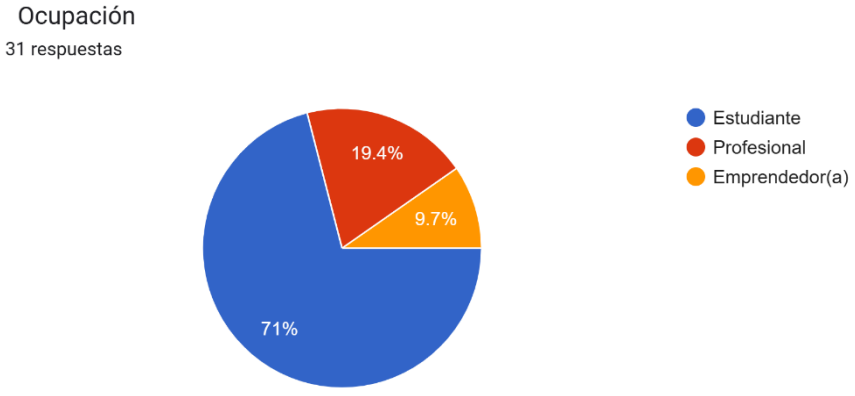
Yupangui, A., & J. G. (05 de junio de 2024). *La Realidad Aumentada en la Enseñanza y Aprendizaje de las Ciencias Naturales.* Obtenido de https://www.atlantic.edu.ec/ojs/index.php/mundor/article/view/223/295

VI. Anexos

Encuesta #1



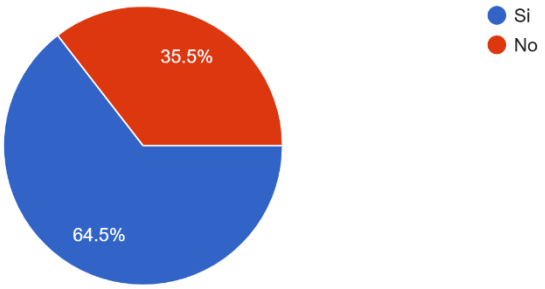




Encuesta #2

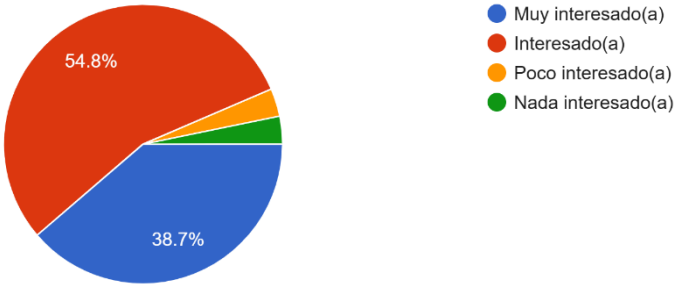
¿Has escuchado anteriormente sobre organizaciones que buscan mejorar la educación en comunidades vulnerables?

31 respuestas



¿Qué tan interesado(a) estás en conocer proyectos que generen impacto social en el Perú?

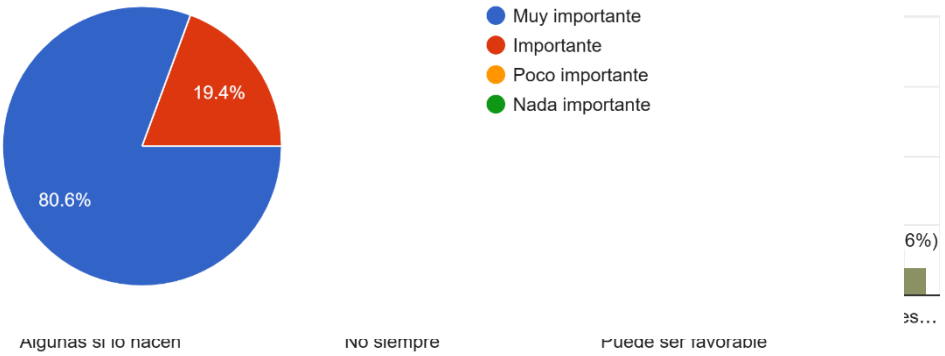
31 respuestas



Encuesta #3

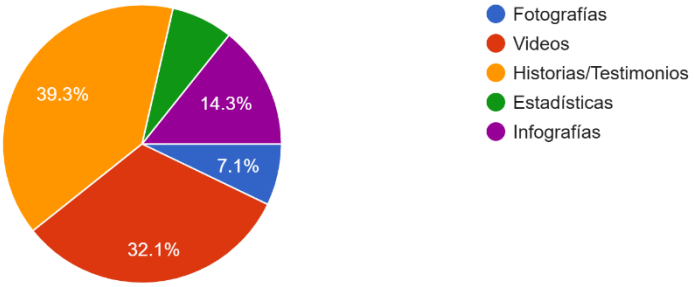
¿Consideras que la educación es un factor importante para el desarrollo de una sociedad?

31 respuestas



¿Qué tipo de contenido te ayuda más a comprender una causa social?

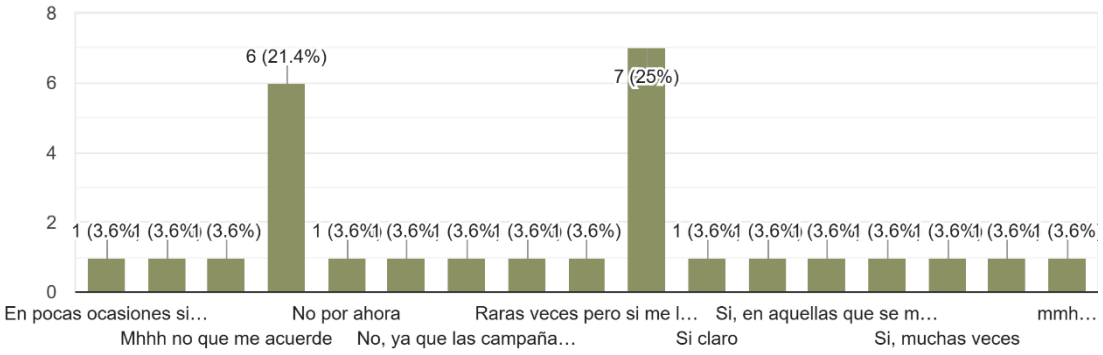
28 respuestas



Encuesta #4

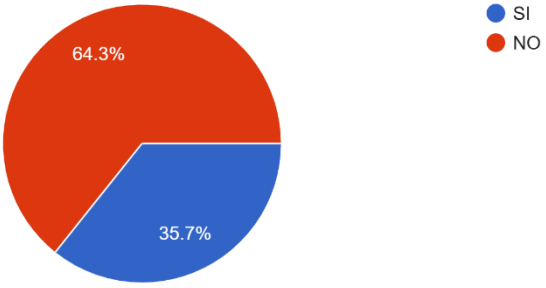
¿Alguna vez has sentido que una campaña social te motivó a involucrarte activamente?

28 respuestas



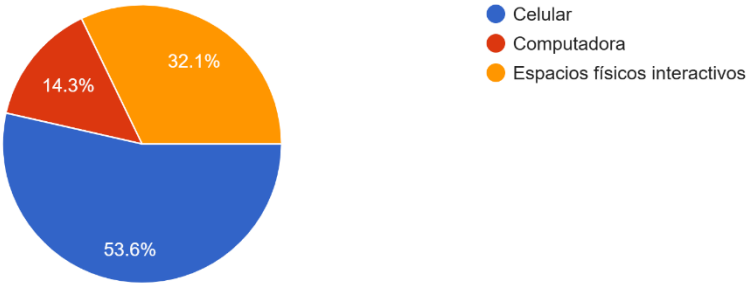
¿Has utilizado alguna vez experiencias de realidad aumentada?

28 respuestas



¿En qué medio te gustaría experimentar contenido de realidad aumentada?

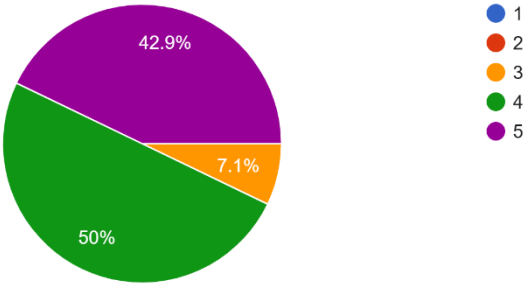
28 respuestas



Encuesta #5

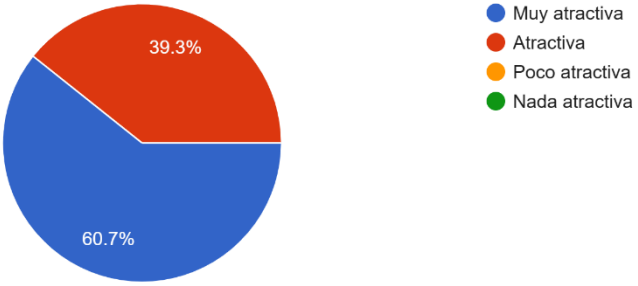
2. En una escala del 1 al 5, donde 1 significa "No me gustó" y 5 "Me gustó mucho", ¿Qué tanto te agradó la propuesta? Explica brevemente tu respuesta.

28 respuestas



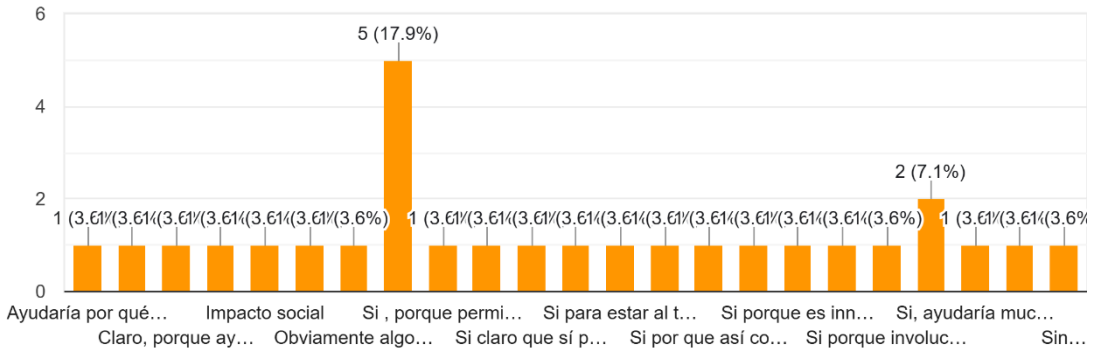
3. ¿Qué tan innovadora te pareció la propuesta presentada?

28 respuestas



4. ¿Consideras que esta experiencia con realidad aumentada te ayudaría a comprender y sentir mejor el impacto social de Enseña Perú? ¿Por qué?

28 respuestas



Encuestados

