ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

PLATAFORMA CON HERRAMIENTAS DE IA PARA ELABORAR UN PRODUCTO AUDIOVISUAL ANIMADO EN 2D PARA COMUNICADORES EGRESADOS DEL INSTITUTO TOULOUSE LAUTREC

Tesis para obtener el título profesional Licenciado en la carrera de Comunicación Audiovisual y Multimedia

AUTORES:
FRANCO MARTIN ÑATO BENGOA
(https://orcid.org/0000-0003-4867-5982)

MELANIE IANIV MAGUIÑA BADOS
(https://orcid.org/0000-0002-7171-4698)

Asesor
LENY AMELIA PERCCA TREJO
(https://orcid.org/0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú
Marzo 2025

FRANCO Y MELANIE-TITULACI%C3%93N FINAL.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:441592654

Submission Date
Mar 22, 2025, 12:16 PM GMT-5

Download Date
Mar 22, 2025, 12:48 PM GMT-5

File Name
FRANCO Y MELANIE-TITULACIÓN FINAL.docx

File Size
16.6 MB

74 Pages

10,017 Words

62,074 Characters

20% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

17% Internet sources
2% Publications
16% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

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

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

Tabla de contenido

Resumen 5

Abstract 7

Capítulo I: El Problema 9

1.1. Planteamiento del Problema 9

1.2. Justificación 13

1.2.1. Justificación Social 13

1.2.2. Justificación Personal 14

1.3. Preguntas de Investigación 14

1.3.1. Pregunta general 14

1.4. Objetivos de investigación 15

1.4.1. Objetivo general 15

1.4.2. Objetivos específicos 15

Capítulo II: Marco Teórico 16

2.1. Mapa de Literatura 16

2.2. Antecedentes de Investigación 17

2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica 20

Capítulo III: Metodología 27

3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo 27

3.2. Diseño de Investigación 28

3.3. Operacionalización de Variables 29

3.4. Consentimiento Informado 34

3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos 34

Capítulo IV: Resultados 35

4.1 Análisis de los resultados: 35

4.2. Discusión de Resultados 45

4.3. Recomendaciones 58

4.4 Limitaciones 59

Referencias 60

Anexos 68

Lista de Tablas

Tabla 1: Operacionalización Variable Dependiente …….……...…….…...29

Tabla 2: Operacionalización Variable Independiente ……..…….....33

Tabla 3: Presupuesto tentativo de la plataforma virtual del primer mes …….…….……...57

Lista de Figuras

Figura 1: Egresados en Ciencias de la Comunicación……..…….…….....10

Figura 2 Modalidad de trabajo de los egresados en Ciencias de la Comunicación …….……...11

Figura 3: Cadena de valor en la animación digital en general……...…...12

Figura 4: Mapa del problema: Elaborar productos audiovisuales en 2D….……..……...….16

Figura 5: Mapa de la variable Independiente: La plataforma con herramientas de IA…….....17

Figura 6 a la Figura 24: Resultados de la pregunta encuestas……..……..... 35

Figura 25: Diagrama de la plataforma..……...……..……50

Figura 26: Logotipo de la plataforma……..……50

Figura 27: Pantalla de inicio en desktop…….…….....51

Figura 28: Pantalla de inicio de sesión……..……..51

Figura 29: Pantalla Mi perfil ……...…….……..52

Figura 30: Pantalla PIPELINE……..52

Figura 31: Pantalla Guión ……..……..53

Figura 32: Pantalla de Gráficos ……...……..53

Figura 33: Pantalla de Storyboard……..54

Figura 34: Pantalla donde se crea las canciones…….54

Figura 35: Comparativo de Animación…….55

Figura 36: Archivando el material en la carpeta DRA ……...…….55

Figura 37: Pagina donde se puede compartir los trabajos……..*56*

Figura 38: Pagina de ajustes generales……..*56*

Resumen

La presente investigación, de carácter no experimental y propositiva, tiene como objetivo principal proponer una plataforma virtual como herramienta de trabajo para egresados de la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia del instituto Toulouse Lautrec, facilitando la creación de animaciones 2D de manera independiente. El enfoque no experimental se justifica en la ausencia de manipulación deliberada de variables, mientras que el enfoque propositivo radica en su intención de resolver una problemática específica mediante una solución tecnológica.

Para comprender la realidad que enfrentan los egresados, se empleó una metodología basada en un muestreo no probabilístico por conveniencia. Como instrumento de medición, se diseñaron encuestas validadas por tres expertos en animación 2D, las cuales permitieron identificar los principales obstáculos que enfrentan los recién egresados al iniciar proyectos de animación de manera individual.

Los resultados evidenciaron que la mayoría de los egresados enfrenta dificultades significativas para desarrollar sus propias producciones, principalmente debido a la falta de experiencia, limitaciones económicas y carencias de conocimientos en áreas clave del proceso de animación. Estas barreras limitan su capacidad para insertarse en la industria o emprender proyectos de forma autónoma.

Como conclusión, se determina que la implementación de una plataforma virtual, como herramienta de trabajo, con base de inteligencia artificial representa una solución viable para optimizar el proceso de creación de animaciones 2D. Esta herramienta permitirá reducir bloqueos creativos, suplir carencias de conocimiento en distintas áreas y minimizar las barreras económicas, proporcionando un entorno accesible y eficiente para los jóvenes egresados. De esta manera, se busca cerrar la brecha entre la formación académica y las

exigencias del mercado laboral, brindando una alternativa innovadora que impulse la independencia profesional en la industria de la animación.

Palabras claves: Animación, inteligencia artificial y plataforma virtual.

Abstract

This non-experimental and propositional research aims to propose a virtual platform as a work tool for graduates of the Audiovisual Multimedia Communication program at the Toulouse Lautrec institute, facilitating the independent creation of 2D animations. The non-experimental approach is justified by the absence of deliberate variable manipulation, while the propositional approach stems from its intent to address a specific issue through a technological solution.

To understand the challenges faced by graduates, a methodology based on non-probabilistic convenience sampling was employed. The primary data collection instrument consisted of surveys validated by three experts in 2D animation, allowing for the identification of the main obstacles that recent graduates encounter when initiating animation projects independently.

The findings revealed that most graduates struggle significantly to develop their own productions, mainly due to lack of experience, financial constraints, and gaps in essential animation-related knowledge. These barriers hinder their ability to enter the industry or undertake projects autonomously.

As a conclusion, the research determines that the implementation of a virtual platform powered by artificial intelligence represents a viable solution for optimizing the 2D animation creation process. This tool will help reduce creative blocks, compensate for knowledge gaps in various areas, and minimize financial barriers, providing an accessible and efficient environment for young graduates. In doing so, it seeks to bridge the gap between academic training and industry demands, offering an innovative alternative that fosters professional independence in the animation sector.

Keywords: Animation, artificial intelligence, virtual platform.

Capítulo I: El Problema

El objetivo de este proyecto de investigación es facilitar la creación de un producto audiovisual animado en 2D para los recién egresados, ya que a menudo se enfrentan a diversas barreras técnicas, económicas y de conocimientos debido al amplio aprendizaje que este proceso exige para desarrollar su propio proyecto animado.

1.1.Planteamiento del Problema

Gonzales, (2024) Actualmente los jóvenes peruanos enfrentan una creciente dificultad para ingresar al mercado laboral. El incremento del desempleo juvenil alcanzó más del 13.5% en el 2024, informó el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) aumentando 0.4% al año anterior. Además, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) indica una pérdida considerable de jóvenes que no logran conseguir empleo acorde a su formación académica. Por otro lado, los jóvenes tienen el mayor índice del uso de la tecnología, segundo la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) revela que el 2024 más del 95% de los jóvenes de 19 a 24 años usan el internet de forma cotidiana, esto resultando paradójico ya que, a pesar de los altos índices de conectividad digital entre los jóvenes, no se reflejan en una mejora de sus expectativas laborales. (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática [INEI],2024)

Diario Gestión, (2024) En el Perú de 2024, el mercado laboral juvenil presenta desafíos significativos. Más del 60% de los jóvenes enfrentan dificultades para encontrar empleo, principalmente debido a la exigencia de experiencia previa. Además, el 40% de los jóvenes ocupados se desempeña en áreas que no corresponden a sus intereses o formación.

(Diario el Peruano, 2024) Esta situación se agrava por la baja valoración de la creatividad en el sistema educativo peruano, según los resultados de PISA, lo que dificulta el desarrollo profesional en sectores como la animación.

En este contexto, la industria de la animación en el país se encuentra subdesarrollada, con un limitado número de empresas dedicadas a la producción 2D y 3D, lo que restringe las oportunidades laborales para los jóvenes interesados en este campo. (Peruxpert, sf)

A lo largo de los años, numerosos egresados de carreras creativas, como comunicación audiovisual o animación digital, han enfrentado serias dificultades para encontrar empleo estable en el limitado mercado peruano. Datos cuantitativos revelan que más del 50% de los egresados no logran conseguir trabajo al culminar sus estudios. Entre aquellos que sí lo logran es poco más del 63%, este último percibe un sueldo promedio de aproximadamente 1,500 soles, mientras que el resto recibe ingresos cercanos a los 900 soles. Además, no todos los profesionales trabajan en el campo para el que se formaron. Esta situación se agrava aún más por una elevada informalidad laboral de los independientes, que afecta más del 56% de los trabajadores, quienes no cuentan con beneficios como CTS, vacaciones, gratificaciones ni seguro de salud. (Frattelli, 2023)

Figura 1: Egresados en Ciencias de la Comunicación Fuente: Frattelli, 2023

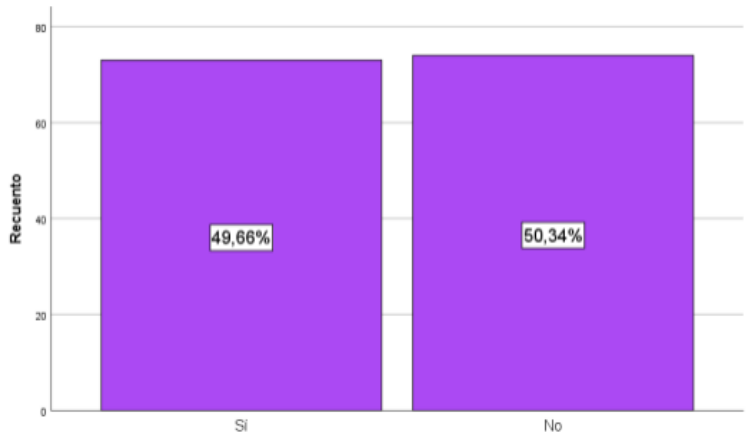
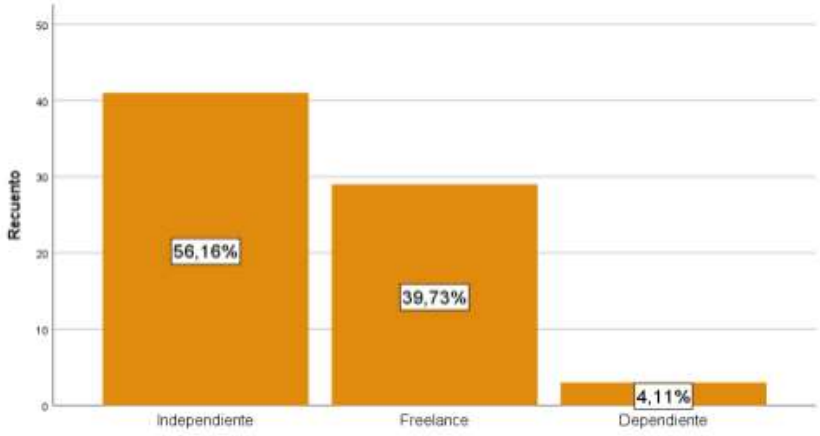


Figura 2 Modalidad de trabajo de los egresados en Ciencias de la Comunicación Fuente: Frattelli, 2023



Y si a esto le sumamos lo que declaró en el diario Gestión el decano Mario Gutierrez de la facultad de comunicaciones de la universidad UCAL, informa que aproximadamente un 44% de los alumnos egresados no obtuvieron las expectativas deseadas al terminar la carrera. (Diario Mercado negro, 2020)

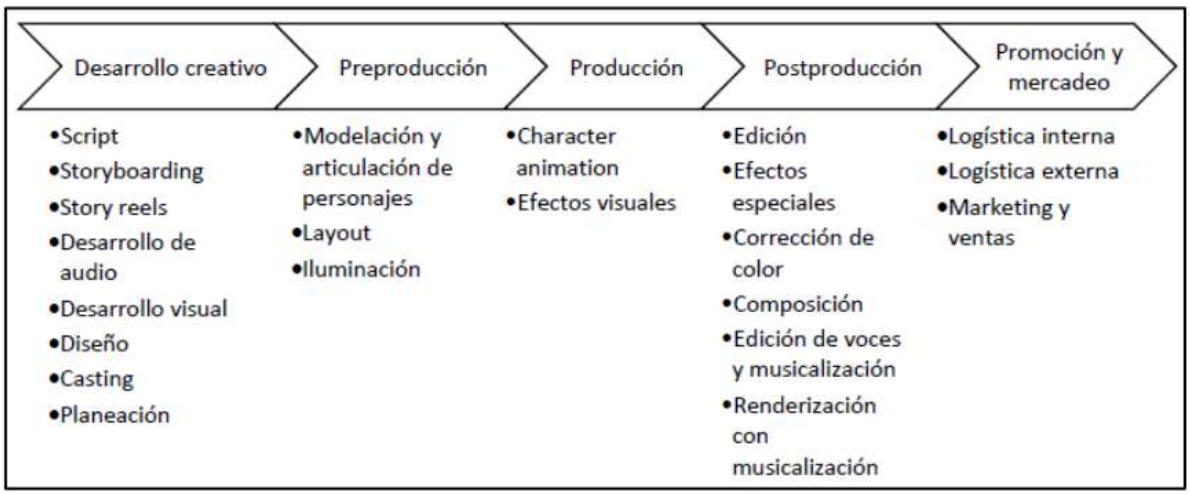
Debido a este problema muchos jóvenes comunicadores y animadores optan a trabajar de forma independiente desde sus casas, y todo esto fue catapultado aún más por las restricciones que ocasionó la pandemia. La pandemia cambió la vida para todos, tanto en los hábitos, costumbres y modo de trabajar. Es cuando el mundo digital se volvió una herramienta diaria para expresarnos (Rumbos, 2024)

En todo el territorio peruano se estima que hay un alrededor de 9 000 animadores digitales entre expertos y recién egresados, estos tienen un papel fundamental en la creación de contenido visual para el entretenimiento, así como la educación, Este sector, en evidente crecimiento, ofrece diversas oportunidades en áreas como la generación de contenido para plataformas digitales, transmisores en vivo, redes sociales y videojuegos, entre otros. A pesar

de esta oportunidad se puede ser un país con mayor cultura digital si lo aprovechamos correctamente al máximo. (Andina, 2023)

En la actualidad para realizar un producto audiovisual animado se debe pasar por muchas etapas como el desarrollo creativo, preproducción, producción, postproducción e incluso la promoción y mercadeo, y todo esto conlleva un alto costo de producción general, y esto es casi imposible que sea realizado por un estudiante independiente recién egresado. (PromPerú, 2022)

Figura 3: Cadena de valor en la animación digital en general Fuente: PromPerú, 2022



El objetivo es proponer una plataforma con herramientas de IA que faciliten el proceso de creación de productos audiovisuales animados en 2D beneficiaría a los animadores recién egresados al hacerlos más accesibles y eficientes en tareas complejas lo que disminuirá de manera considerable el tiempo requerido para realizar animaciones completas. Esto permitirá que los animadores puedan concentrarse en aspectos más creativos, sin verse limitados de contar con una plataforma con IA. Además, facilitará el diseño de experiencias más personalizadas e inmersivas para la audiencia. (Vanas,2023)

Finalmente, se concluye que el presente trabajo busca lograr que los estudiantes egresados de Toulouse Lautrec con la utilización de esta plataforma con IA para animadores mejoren su proceso de aprendizaje, reduzcan el tiempo de trabajo y puedan competir en la industria de la animación permitiéndoles crear experiencias más cautivadoras y deslumbrantes, con la creatividad humana y la innovación técnica. Además, les proporcionará habilidades que serán esenciales para su desarrollo profesional y para facilitar su integración en un entorno laboral cada vez más digital y tecnológicamente sofisticado. (Saucedo, 2024)

Biese, (2023) En el futuro, es probable que las ideas más innovadoras no provengan sólo de grandes pensadores, sino de aquellos que sepan gestionar de forma eficiente las máquinas inteligentes, sin dejar de ser ellos mismos los que mantengan el control.

Justificación

Justificación Social

Kawakami, (2023) El desarrollo de este tipo de plataforma no solo beneficiaría a los animadores recién egresados, sino que también podría tener un impacto considerable en la industria de la animación en su totalidad. Al simplificar y agilizar el proceso de producción, se abrirán nuevas oportunidades para proyectos de animación en diferentes escalas, desde

producciones independientes hasta proyectos comerciales de gran envergadura. Esto podría diversificar los tipos de productos audiovisuales animados en 2D que se crean, alentando la experimentación y la innovación.

Siempre nos aseguramos de que una persona revise, agregue o ajuste el trabajo. Como creadores, no deseamos depender excesivamente de la inteligencia artificial generativa. No obstante, creemos que la IA puede ser un gran ahorro de tiempo, lo que nos permite dedicar ese tiempo a tareas más creativas. (Kawakami, 2023)

Justificación personal

Desde nuestra perspectiva personal es de nuestro interés como comunicadores explorar a fondo cómo las herramientas de IA pueden transformar el proceso de creación de productos audiovisuales animados, ofreciendo nuevas oportunidades a los animadores, particularmente a aquellos recién egresados, que a menudo enfrentan desafíos por falta de experiencia o recursos.

Esta iniciativa nace de la necesidad de ofrecer a los nuevos profesionales todas las herramientas IA en una sola plataforma que les permitan mejorar sus procesos creativos y técnicos, optimizando tiempos y recursos en una industria que se caracteriza por su alta demanda y competencia.

1.2.Preguntas de investigación

Pregunta General

¿De qué manera se podría elaborar un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores egresados del instituto Toulouse Lautrec?

Preguntas específicas

P1: ¿Qué dificultades se presenta en la elaboración de un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores egresados del instituto Toulouse Lautrec?

P2: ¿Qué limitaciones creativas se presentan al elaborar un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores recién egresados del instituto Toulouse Lautrec?

P3: ¿Qué ventajas traería la elaboración de un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores recién egresados del instituto Toulouse Lautrec?

Objetivos de Investigación

Objetivo general:

Proponer una plataforma con diversas herramientas AI para elaborar un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores recién egresados del instituto Toulouse Lautrec

Objetivos específicos

O1: Investigar que dificultades se presenta en la elaboración de un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores egresados del instituto Toulouse Lautrec

O2: Analizar que limitaciones creativas se presentan al elaborar un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores recién egresados del instituto Toulouse Lautrec

O3: Determinar que ventajas traería la elaboración de un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores recién egresados del instituto Toulouse Lautrec

Capítulo II: Marco Teórico

En la actualidad la inteligencia artificial (IA) nos está sorprendiendo cómo está resolviendo diversos problemas en el mundo laboral, incluyendo el medio audiovisual. La velocidad que ayuda en los procesos creativos y técnicos permite reducir enormemente los tiempos de su elaboración y amplía a una gran cantidad de diversidad creativa para su creación. Sin embargo, para los recién egresados del instituto Toulouse Lautrec, la integración de esta herramienta en su flujo de trabajo representa un desafío tanto a nivel técnico como conceptual.

El presente marco teórico explora cómo la inteligencia artificial es aplicada a la animación 2D como herramienta de trabajo, de inspiración, referencia y guía, abordando los avances tecnológicos recientes y su impacto en la producción audiovisual. Se analizarán las principales herramientas de IA disponibles para la creación de contenido animado, destacando sus ventajas, limitaciones y accesibilidad para animadores con poca experiencia.

2.1. Mapa de Literatura

Figura 4: Mapa del problema: Elaborar productos audiovisuales en 2D

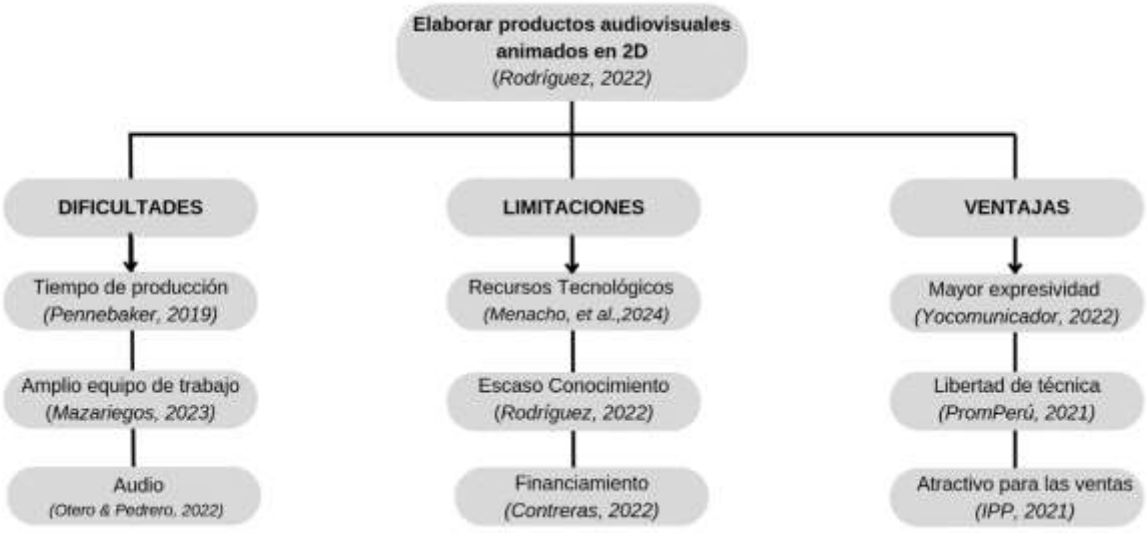
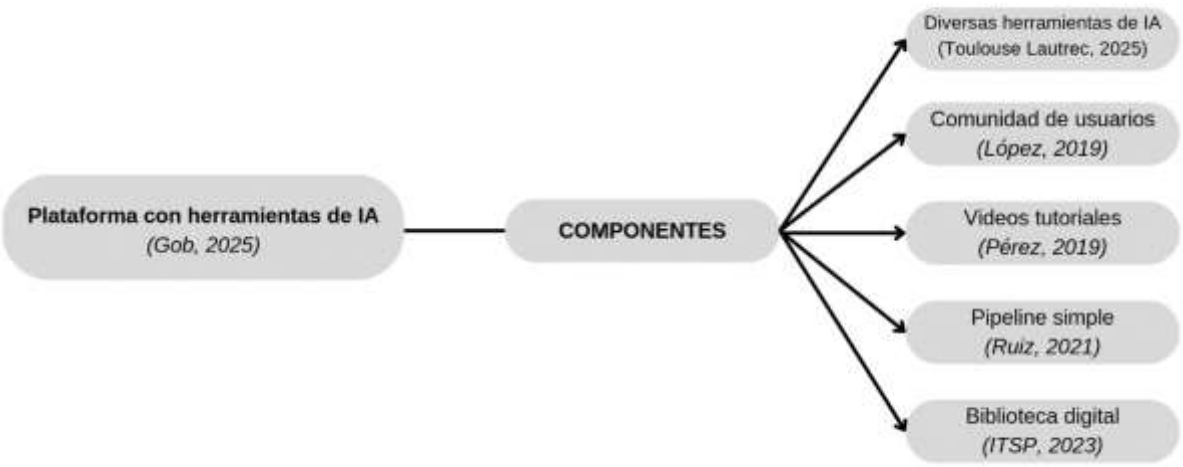


Figura 5: Mapa de la variable Independiente: La plataforma con herramientas de IA



2.2. Antecedentes de Investigación

Martinez (2024) llevó a cabo el estudio titulado "Aplicación práctica de la inteligencia artificial en el ámbito de la producción de contenido de animación: Desafíos y oportunidades para el alumnado de la educación superior" Universidad Europea de Madrid

El objetivo de la presente investigación es examinar la interacción de los estudiantes universitarios de animación con la inteligencia artificial dentro de la asignatura de creación y desarrollo de proyectos. La metodología utilizada consistió en la aplicación de encuestas para identificar cuántos alumnos han utilizado esta tecnología recientemente y con qué propósitos. A partir del análisis de los resultados, se puede concluir que la inteligencia artificial ya forma parte del ámbito de la animación, dado que todos los encuestados la han empleado en el último año, y poco menos del 70% lo ha hecho tanto en el entorno académico como en otros contextos. La utilidad de este estudio nos indica que la sostenibilidad y viabilidad de la plataforma basada en la inteligencia artificial.

Jironza (2024) realizó la investigación titulada “Análisis de la implementación de la inteligencia artificial como herramienta de postproducción digital audiovisual”. Escuela Superior Politécnica del litoral. Revista Ñawi arte, diseño y comunicación. El objetivo de esta investigación es examinar el papel de la inteligencia artificial como herramienta de mejora en la animación y edición de video, brindando un entendimiento más profundo sobre su influencia en los procesos de producción, la creatividad y el futuro de la postproducción digital audiovisual. Para ello, se utiliza el método de investigación-acción, que posibilita validar la incorporación de la inteligencia artificial en la postproducción como un recurso complementario, explorando su aplicación mediante la observación, la práctica y el aprendizaje. Los resultados muestran que esta tecnología fomenta una mayor creatividad y diversidad, al permitir que más personas y pequeños negocios tengan acceso a la producción de videos de alta calidad. A medida que la inteligencia artificial sigue avanzando en diferentes campos tecnológicos, su adecuado uso como herramienta de apoyo podría ampliar considerablemente las opciones creativas en el ámbito audiovisual. La relevancia de esta publicación demuestra que la inteligencia artificial es una herramienta que optimiza el proceso de creación de un producto animado.

González y Ortiz (2023) realizaron la investigación titulada "Expectativas futuras sobre la inteligencia artificial en la animación a partir de la obra Rock, Paper, Scissors" Universidad Mayor.

La presente investigación tiene como objetivo analizar las expectativas y el impacto de la inteligencia artificial (IA) en la animación digital, específicamente observando la obra Rock, Paper, Scissors como ilustración de la aplicación de la IA en la industria. La metodología utilizada se fundamenta en la comparación y el análisis de los procesos de producción con IA. y las metodologías tradicionales de animación, realizando una reflexión especulativa sobre el

uso futuro de la IA. La relevancia de esta investigación señala que la IA posee el potencial de revolucionar la animación digital, acelerando procesos y elevando la calidad estética, pero enfrenta limitaciones como la escasa versatilidad estética y la necesidad de creatividad humana en ciertas etapas del proceso.

Moya (2023) realizó la investigación titulada "La Inteligencia Artificial en la Industria Audiovisual de la Animación Docuficción A la Luz de Antonio di Benedetto" Universidad Nacional de Cuyo.

El objetivo de esta investigación es examinar cómo la implementación de la inteligencia artificial ha transformado los procesos audiovisuales en la industria, centrándose en la animación docuficción a partir de la obra de Antonio di Benedetto. La metodología empleada se basa en la exploración, descripción y observación empírica de fenómenos, empleando un enfoque inductivo y triangulación de datos. La relevancia de esta investigación sugiere que la inteligencia artificial tiene el potencial de optimizar la eficiencia y la calidad en la producción audiovisual, aunque presenta desafíos relacionados con la creatividad humana, que sigue siendo esencial para la innovación en la industria de la animación.

Hinojosa, Marín, Maldonado (2024) publicaron el artículo titulado “Inteligencia Artificial y la producción audiovisual” Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de la IA en la producción audiovisual, evaluando sus aplicaciones, desafíos y perspectivas futuras. Se estudia cómo la IA ha transformado los procesos creativos, la eficiencia en la producción, la personalización de contenidos y la narrativa visual. Además, se abordan las implicaciones éticas y culturales que emergen a medida que la IA se convierte en un elemento central en la creación audiovisual.

La relevancia de esta investigación subraya la importancia de entender la relación entre la IA y la producción audiovisual, ya que esto no solo ofrecerá una visión más profunda de cómo los medios de comunicación están evolucionando, sino que también proporcionará una comprensión más amplia del papel de la IA en la sociedad presente y futura.

2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica

2.3.1 Elaborar un producto audiovisual animado en 2D

El proceso de "elaborar un producto audiovisual animado en 2D" implica la creación de contenido visual en dos dimensiones que simula movimiento, utilizando técnicas de animación digital. Este proceso incluye desde la conceptualización de la idea y el diseño de los personajes hasta la producción y la postproducción del producto final.

Según Rodríguez (2022), la animación 2D vectorial en la producción de una serie de televisión demanda una planificación meticulosa y el uso de herramientas digitales especializadas para conseguir una narrativa visual consistente y cautivadora.

2.3.1.1 Dificultades

Las dificultades más recurrentes para elaborar un producto audiovisual animado en 2D son:

Tiempo de producción

El tiempo de producción en animación 2D hace referencia al período total necesario para desarrollar un proyecto animado, abarcando desde la concepción de la idea hasta la finalización del producto. Este tiempo puede variar significativamente dependiendo de la complejidad de la animación, el número de personas involucradas y las herramientas tecnológicas utilizadas en cada fase del proceso. (Pennebaker, 2019)

Amplio equipo de trabajo

Según Mazariegos (2023) un amplio equipo de trabajo se refiere a un grupo de profesionales con diversas habilidades y conocimientos, comprometidos con un propósito común y que comparten un conjunto de metas de desempeño, sintiéndose solidariamente responsables de los resultados obtenidos. Este tipo de equipos se caracteriza por su capacidad para coordinar esfuerzos y recursos de manera eficiente, aprovechando la diversidad de habilidades y perspectivas de sus miembros para alcanzar objetivos que serían difíciles de lograr de forma individual. Además, la eficacia de un amplio equipo de trabajo depende de factores como la comunicación abierta, la confianza mutua y la claridad en los roles y responsabilidades de cada miembro

El audio

El audio se ha consolidado como un elemento clave en la era digital, destacándose por su capacidad de captar la atención, generar interés e incentivar la imaginación del público. En un entorno saturado de información y entretenimiento, los contenidos sonoros han demostrado su eficacia para conectar con la audiencia, lo que ha impulsado su producción en diversas industrias, incluyendo la audiovisual, editorial y publicitaria. Además, la evolución de los dispositivos y la convergencia de medios han permitido el desarrollo de nuevos formatos y experiencias sonoras más inmersivas e interactivas. (Otero & Pedrero, 2022)

2.3.1.2 Limitaciones

Los factores que limitan elaborar un producto audiovisual animado en 2D son:

Recursos tecnológicos

La falta de recursos tecnológicos representa una limitación en la animación digital, ya que las herramientas tecnológicas juegan un papel fundamental en la optimización y aceleración de los procesos creativos. Así como en el ámbito educativo las computadoras facilitan el acceso al conocimiento y mejoran el aprendizaje, en la animación digital permiten desarrollar proyectos con mayor eficiencia y calidad. Sin embargo, la ausencia de equipos adecuados restringe el potencial creativo y dificulta la producción, generando una brecha en el acceso a oportunidades dentro de la industria. (Menacho, et al.,2024)

Escaso conocimiento en distintas áreas

El escaso conocimiento en distintas áreas se refiere a la falta de comprensión o información limitada en diversos campos del saber. Este déficit puede afectar la capacidad de una persona para tomar decisiones informadas y participar plenamente en actividades que requieren conocimientos especializados. Según Rodríguez (2022), la evaluación por competencias en entornos virtuales de aprendizaje es esencial para identificar y abordar áreas de conocimiento insuficientes en los estudiantes, permitiendo una formación más integral y adaptada a las necesidades del entorno digital.

Financiamiento

El financiamiento se refiere al proceso mediante el cual una empresa obtiene los recursos financieros necesarios para llevar a cabo sus operaciones, proyectos o inversiones. Este proceso implica la identificación y gestión de fuentes de capital, que pueden ser internas (como utilidades retenidas) o externas (como préstamos o emisión de acciones), y que se utilizan para cubrir necesidades de corto, mediano o largo plazo. (Contreras, 2022)

2.3.1.3 Ventajas

Las ventajas que permiten elaborar un producto audiovisual animado en 2d son:

Mayor expresividad

La expresividad en la animación es la capacidad de los personajes para transmitir emociones de manera clara y convincente, permitiendo que el público se conecte con la historia. Para lograrlo, los animadores emplean técnicas que enfatizan gestos, movimientos y posturas, apoyándose en los 12 principios de la animación del libro The Illusion of Life, los cuales ayudan a dotar de realismo, fluidez y emoción a cada escena. (Yocomunicador, 2022)

Libertad de Técnica

La animación digital abarca un amplio espectro de técnicas que se ejecutan exclusivamente mediante el uso de computadoras. Este campo permite la creación de animaciones tanto bidimensionales (2D), que se desarrollan en un plano cartesiano y dan la ilusión de profundidad a través de la perspectiva y el sombreado, como tridimensionales (3D), donde los objetos poseen volumen y se desenvuelven en un

espacio virtual tridimensional, ofreciendo una experiencia visual más inmersiva y realista. (PromPerú, 2021)

Atractivo para las ventas

La animación digital ha evolucionado considerablemente en los últimos años, permitiendo su aplicación en diversos campos como la comunicación, la moda, la ingeniería, el arte, los videojuegos y hasta la medicina. Sin embargo, su mayor impacto se encuentra en la comunicación audiovisual, donde aporta valor a entrevistas, comerciales y clips animados. En un contexto donde captar la atención del espectador es un desafío, la animación digital se convierte en una herramienta clave para ofrecer contenido visualmente atractivo e innovador. (Instituto peruano de publicidad [IPP], 2021)

2.3.2 Plataforma con herramientas de IA

Una plataforma de inteligencia artificial es un sistema informático diseñado para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera similar al razonamiento humano. Basada en procesos de aprendizaje y entrenamiento, esta tecnología permite percibir su entorno, analizar información y optimizar procesos en diversos sectores, como el comercial, administrativo, educativo y de salud (Gob, 2025)

2.3.1.2 Componentes

Para llevar a cabo la plataforma con herramientas de IA tomamos en cuenta los siguientes componentes:

Diversas herramientas de IA

Las diversas herramientas de la inteligencia artificial es una tecnología que optimiza el tiempo y el costo de producción de un producto animado, al mismo tiempo facilita el acceso a herramientas avanzadas para pequeños estudios o animadores independientes. Su constante evolución permite despejar bloqueos creativos y crear productos audiovisuales cada vez más complejos y sofisticados. (Toulouse Lautrec, 2025)

Comunidad de usuarios

Las comunidades de usuarios están compuestas por individuos que tienen un interés o objetivo compartido y que interactúan a través de herramientas digitales. Estas comunidades facilitan la construcción de redes de conocimiento, permitiendo que los miembros intercambien experiencias, adquieran aprendizajes de los otros y se involucren en actividades colaborativas que beneficien a todos. (López, 2019)

Videos tutoriales

Los videotutoriales son recursos educativos que combinan elementos visuales y sonoros para enseñar habilidades o conceptos concretos. Se distinguen por su interactividad, ya que no solo permiten que los estudiantes absorban información de manera pasiva, sino que también los invitan a involucrarse activamente con el material, lo cual favorece una mejor comprensión y retención del contenido. (Pérez, 2019)

Pipeline simple

El pipeline en la animación 2D es el conjunto de procesos que estructuran el flujo de trabajo para optimizar la producción de una serie animada. Su diseño se ajusta al presupuesto y al tipo de animación, garantizando orden y eficiencia en cada etapa (Ruiz, 2021)

Biblioteca digital

Una biblioteca digital es un sistema que almacena, organiza y proporciona acceso a colecciones de documentos en formato digital, como libros, artículos, imágenes y videos, facilitando la consulta y difusión de información de manera eficiente y accesible. Según el Instituto Tecnológico Superior Progreso ([ITSP] ,2023), las bibliotecas digitales establecen mecanismos de colaboración entre bibliotecas públicas y de investigación para crear redes de información digital que satisfagan las necesidades de la sociedad de la información.

Capítulo III: Metodología

En este capítulo se presenta el diseño de la investigación y las diversas herramientas de recolección de datos que respaldan el análisis sobre la relevancia de crear una plataforma con herramientas de IA para desarrollar un producto audiovisual animado en 2D destinado a comunicadores graduados del instituto Toulouse Lautrec.

3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo

3.1.1. Muestra

Mediante un muestreo no probabilístico, este proyecto investigará la importancia de crear una plataforma con herramientas IA para elaborar un producto audiovisual animado en 2D . Se aplicará una encuesta a 121 alumnos, que están por concluir la carrera, y egresados de la carrera de Comunicaciones Audiovisuales Multimedia del Instituto Toulouse Lautrec, con el objetivo de identificar y medir los conocimientos, habilidades y actitudes de los participantes en relación con esta técnica de animación. (Mercado & Coronado, 2021)

3.1.2. Descripción de la Unidad de Análisis

La muestra seleccionada es de tipo intencional y está conformada por estudiantes que transcurren los últimos ciclos y recién egresados de la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia del Instituto Toulouse Lautrec, específicamente aquellos que cursan el octavo ciclo o que han finalizado recientemente sus estudios y están próximos a ingresar al mercado laboral. Se trata de jóvenes creativos que muestran una gran preocupación por su futuro profesional, quienes buscan de manera constante experiencias laborales que les permitan desarrollarse dentro del sector y encontrar un empleo acorde a su formación.

3.1.3. Muestreo

Para esta investigación se utilizó un muestreo no probabilístico debido a sus particularidades, entre las que se destacan las siguientes:

- La elección de los sujetos se lleva a cabo según criterios específicos, tomando en cuenta el conocimiento sobre los grupos de individuos más "representativos" o "aptos".
- El investigador puede seleccionar directamente a los individuos de la población.
- La muestra está formada por aquellos individuos a los que se puede acceder con mayor facilidad.

Asimismo (Hernandez, 2021) definió el muestreo no probabilístico por conveniencia, como la selección arbitraria de participantes, determinada únicamente por la accesibilidad y disponibilidad de los mismos para el investigador.

3.2. Diseño de Investigación

Se empleó un enfoque de investigación no experimental, dado que esta modalidad se caracteriza por permitir que el investigador observe y analice los fenómenos en su entorno natural, sin intervenir o alterar las variables. El objetivo principal es estudiar las relaciones entre las variables sin recurrir a manipulaciones experimentales. (ROJAS, et al.,2020)

Asimismo, el estudio es descriptivo el estudio descriptivo se utiliza para proporcionar una representación precisa de las características de un fenómeno, población o grupo, sin alterar las variables ni realizar experimentos. Este tipo de estudio permite una descripción fiel de lo que se está investigando. (Valle, 2022) ya que detalla la situación de un problema actual en los egresados de Comunicación Audiovisual Multimedia, debido a la falta de experiencia o recursos. Con un enfoque cuantitativo se basa en la recolección y análisis de datos

cuantitativos para reconocer patrones, formular generalizaciones y verificar hipótesis. Este enfoque se fundamenta en la objetividad y la capacidad de replicación, empleando herramientas estadísticas para interpretar los hallazgos. (Arias,2020).

Por último, la investigación también es propositiva su objetivo principal es reconocer, proponer y aplicar soluciones a problemas particulares en un contexto determinado. Comienza con un diagnóstico del problema, seguido de la elaboración de un diseño y la propuesta de soluciones específicas. Esto puede incluir el desarrollo de estrategias, programas, modelos o intervenciones que se lleven a cabo para abordar la problemática identificada. (Estela, 2020)

3.3. Operacionalización de Variables

Tabla N°1 *Operacionalización de la Variable Dependiente: Producto Audiovisual Animado en 2D*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEM
V.D.: Producto Audiovisual Animado en 2D	Según Rodríguez (2022), la animación 2D vectorial en la producción de una serie de televisión requiere una planificación detallada y el uso de herramientas digitales	Su medición se realizará mediante un cuestionario en Escala de Likert.	Dificultades	Tiempo de producción	1. ¿Consideras que los plazos de entrega en animación 2D suelen ser demasiado ajustados para lograr un buen resultado?
					2. ¿La demora en la producción de animación 2D impacta negativamente en la motivación o interés por los proyectos?

especializadas para lograr una narrativa visual coherente y atractiva.			3. ¿El tiempo prolongado de producción en animación 2D me ha llevado a buscar herramientas o técnicas para agilizar mi trabajo?
		Amplio equipo de trabajo	4. ¿La falta de disponibilidad de algunos miembros del equipo ha afectado mis proyectos de animación?
			5. ¿Cree que un equipo de trabajo amplio en animación 2D requiere una gestión eficiente para evitar retrasos y conflictos?
		Producción y Postproducción de Audio	6. ¿Cree que la mezcla y edición del audio requieren tanto tiempo como la creación de la animación en sí?
			7. ¿Cree usted qué la calidad del sonido y los efectos sonoros influyen significativamente en la percepción final de la animación?
	Limitaciones	Recursos tecnológicos	8. ¿Considera que el costo de equipos y programas de alto rendimiento es una barrera para mejorar la calidad de mis animaciones?

	9. ¿Cree que la actualización constante de equipos y programas es un desafío para mantenerse competitivo en la industria de la animación?
Escaso conocimiento	10. ¿Cree usted qué, la falta de experiencia en guión, ilustración, animación y sonido afecta la eficiencia en la creación de un producto animado en 2D?
	11. ¿Cree usted qué, el desconocimiento sobre las tendencias y estándares de la industria de la animación limita mi competitividad en el mercado?
Financiamiento	12. ¿Cree usted que la falta de financiamiento es una de las principales barreras para la producción de animaciones 2D?
	13. ¿Cree usted que los programas de financiamiento del Estado peruano para la animación digital 2D son poco accesibles o desconocidos?

		Mayor expresividad	14. ¿Considera que la animación 2D permite una mayor expresividad en los personajes en comparación con otros formatos visuales?
			15. ¿Cree usted qué una animación bien expresiva puede compensar la falta de diálogos y transmitir mensajes de manera efectiva?
	Ventajas	Libertad de técnica	16. ¿Cree que la evolución de la tecnología ha ampliado las posibilidades creativas en la animación digital, permitiendo nuevas formas de expresión visual?
		Atractivo para las ventas	17. ¿Cree que la animación digital permite a los creadores desarrollar productos visualmente innovadores sin las restricciones de técnicas tradicionales?
			18. ¿Cree que en un entorno altamente competitivo, las empresas que utilizan animación digital en su publicidad tienen una ventaja sobre aquellas que no lo hacen?

					19. ¿Cree que la inversión en animación digital en el ámbito comercial genera un retorno positivo en ventas y fidelización del público?

Tabla N°2 *Operacionalización de la Variable Independiente: Plataforma con Herramientas de IA*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEM
V.I.: Plataforma con Herramientas de IA	Una plataforma de inteligencia artificial es un sistema informático diseñado para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera similar al razonamiento humano. Basada en procesos de aprendizaje y entrenamiento, esta tecnología permite percibir su entorno, analizar información y optimizar procesos en diversos sectores, como el comercial, administrativo, educativo y de salud (Gob, 2025)	La plataforma con herramientas de IA que se propone es un sistema digital basado en inteligencia artificial que ofrece un conjunto de herramientas o funcionalidades diseñadas para asistir a los comunicadores egresados a elaborar productos audiovisuales animados en 2D. Esta plataforma será capaz de automatizar tareas y mejorar la eficiencia de los procesos creativos.	Componentes	Diversas herramientas de IA Comunidad de Usuarios Videos Tutoriales Pipeline Simple Biblioteca Digital	---------

3.4. Consentimiento Informado

Para realizar la investigación, se informó a los estudiantes acerca del objetivo de la encuesta y el tipo de estudio que se llevaría a cabo, permitiendo que dieran su consentimiento para participar. Esta acción se realizó en conformidad con las normativas éticas establecidas por el Instituto Toulouse Lautrec. Además, se implementó el consentimiento informado para asegurar que los participantes comprendieran completamente la naturaleza del estudio y tuvieran confianza en que su información personal sería tratada con total confidencialidad.

3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos

Para el presente estudio, se empleó una encuesta en escala de Likert como herramienta de evaluación para recopilar datos de los estudiantes del último ciclo y recién egresados de la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia en la institución Toulouse Lautrec. De esta manera, se logró obtener información sobre el impacto que podría tener una plataforma con herramientas de inteligencia artificial en los comunicadores egresados de dicho instituto.

Los principales aspectos considerados para la recolección de datos en la investigación fueron:

- Percepción sobre las oportunidades de ingreso al mercado laboral.
- Predisposición para utilizar una plataforma con herramientas de inteligencia artificial.
- Aspectos que les gustaría potenciar en la plataforma con herramientas de inteligencia artificial.
- Funcionalidades que desearían que incluya la plataforma con herramientas de inteligencia artificial.

Se optó por utilizar la herramienta Google Forms para recopilar, analizar y comparar la información obtenida a través de gráficos estadísticos

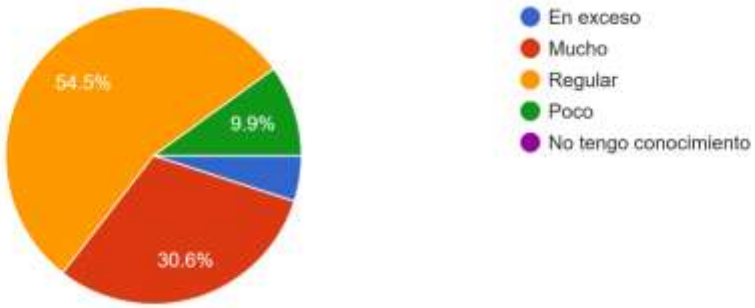
Capítulo IV: Resultados

En este capítulo se expondrá la interpretación de la información basada en el análisis de los resultados obtenidos. Además, se incluirán las sugerencias y recomendaciones derivadas de dichos datos.

4.1. Análisis de Resultados

Figura 6

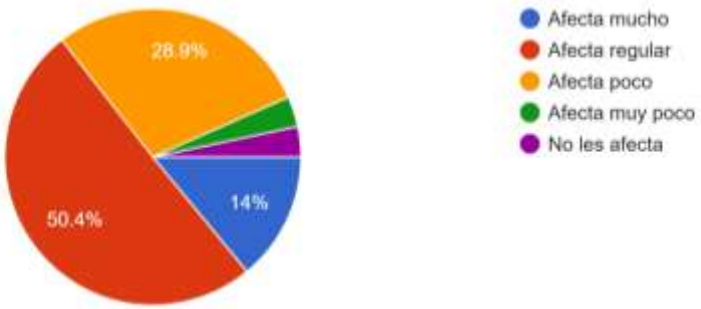
Resultados de la pregunta: *¿Cree que la inversión en animación digital en el ámbito comercial genera un retorno positivo en ventas y fidelización del público?*



Nota. Como resultado, se observa que el 54.5% de los encuestados considera que la inversión en animación digital en el ámbito comercial tiene un impacto regular en las ventas y la fidelización del público.

Figura 7

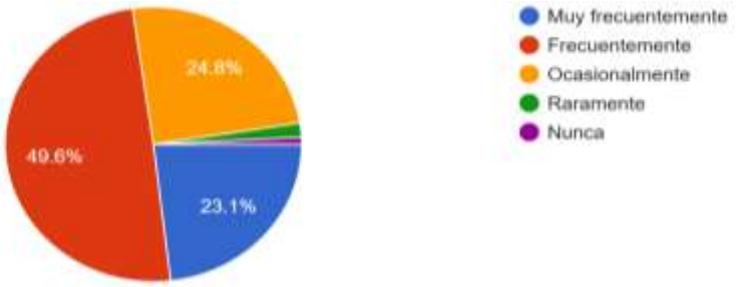
Resultados de la pregunta: *¿La demora en la producción de animación 2D impacta negativamente en la motivación o interés por los proyectos?*



Nota. En la Figura 7 se observa que el 50.4% de los encuestados considera que la demora en la producción de animación 2D afecta de manera regular su motivación o interés por los proyectos.

Figura 8

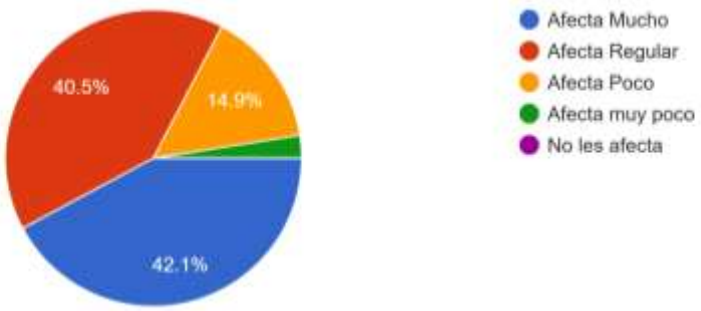
Resultados de la pregunta: *¿El tiempo prolongado de producción en animación 2D me ha llevado a buscar herramientas o técnicas para agilizar mi trabajo?*



Nota. Como resultado de la Figura 8, se observa que el 49.6% de los encuestados afirma que con frecuencia busca herramientas o técnicas para agilizar su trabajo debido al tiempo prolongado de producción en animación 2D.

Figura 9

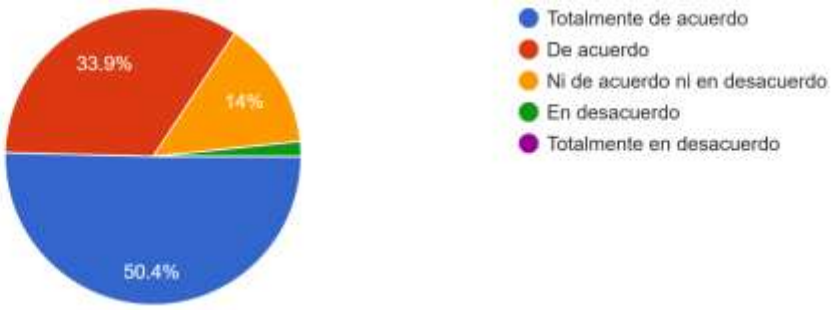
Resultados de la pregunta: *¿La falta de disponibilidad de algunos miembros del equipo ha afectado mis proyectos de animación?*



Nota. En la Figura 9 se puede observar que el 42.1% de los encuestados considera que la falta de disponibilidad de algunos miembros del equipo ha afectado mucho sus proyectos de animación.

Figura 10

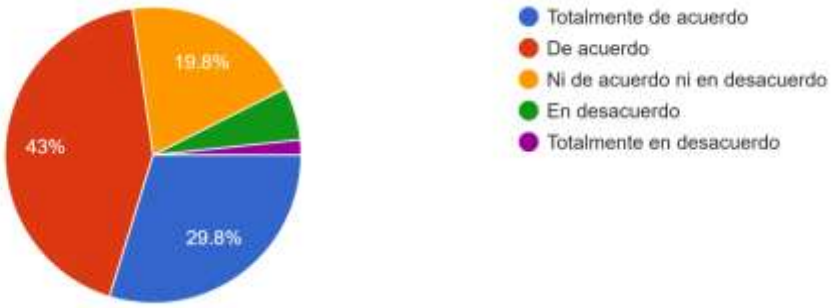
Resultados de la pregunta: *¿Cree que un equipo de trabajo amplio en animación 2D requiere una gestión eficiente para evitar retrasos y conflictos?*



Nota. La Figura 10 demuestra que el 50.4% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que un equipo de trabajo amplio en animación 2D requiere una gestión eficiente para evitar retrasos y conflictos.

Figura 11

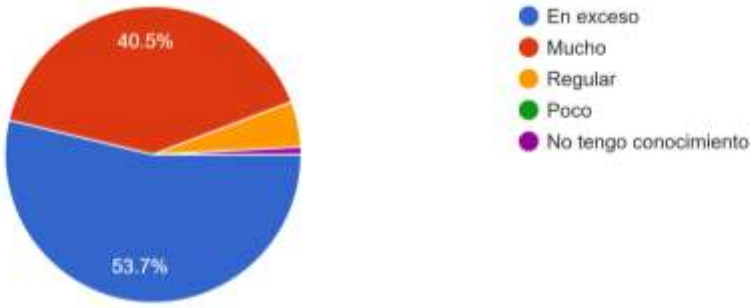
Resultados de la pregunta: *¿Cree que la mezcla y edición del audio requieren tanto tiempo como la creación de la animación en sí?*



*Nota.*Como resultado de la Figura 11, se observa que el 43% de los encuestados está de acuerdo en que la mezcla y edición del audio requieren tanto tiempo como la creación de la animación en sí.

Figura 12

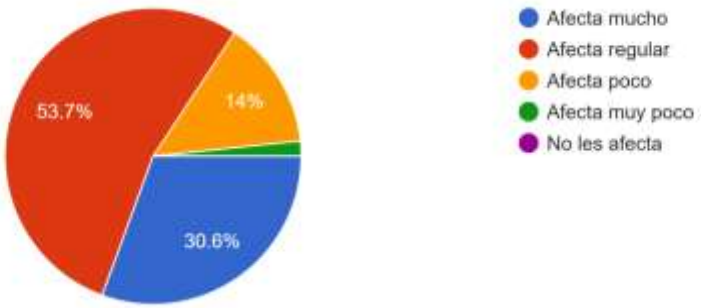
Resultados de la pregunta: *¿Cree usted qué la calidad del sonido y los efectos sonoros influyen significativamente en la percepción final de la animación?*



Nota. En la Figura 12, se concluye que el 53.7% de los encuestados considera que la calidad del sonido y los efectos sonoros influyen en exceso en la percepción final de la animación.

Figura 13

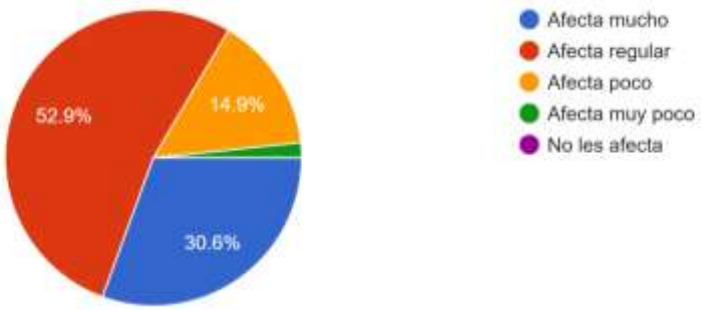
Resultados de la pregunta: *¿Considera que el costo de equipos y programas de alto rendimiento es una barrera para mejorar la calidad de mis animaciones?*



Nota. Como resultado de la Figura 13, se puede observar que el 53.7% de los encuestados considera que el costo de equipos y programas de alto rendimiento afecta de manera regular la calidad de sus animaciones

Figura 14

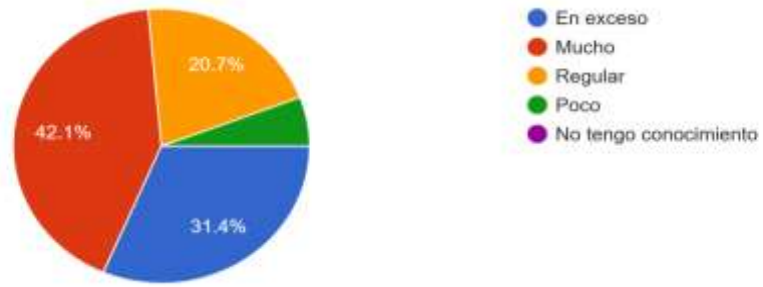
Resultados de la pregunta: *¿Cree que la actualización constante de equipos y programas es un desafío para mantenerse competitivo en la industria de la animación?*



Nota. En la Figura 14, se puede observar que el 52.9% de los encuestados considera que la actualización constante de equipos y programas afecta de manera regular su capacidad para mantenerse competitivo en la industria de la animación.

Figura 15

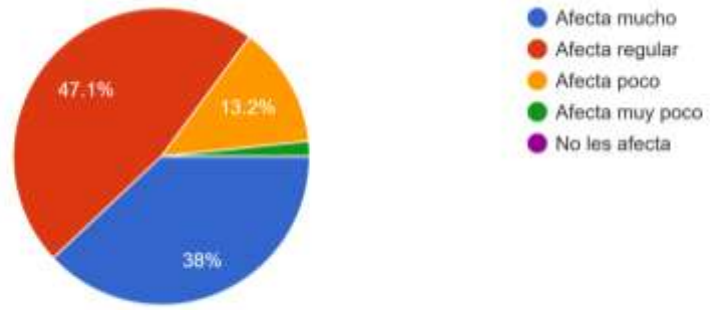
Resultados de la pregunta: *¿Cree usted qué, la falta de experiencia en guión, ilustración, animación y sonido afecta la eficiencia en la creación de un producto animado en 2D?*



Nota. Como resultado de la Figura 15, es evidente que el 42.1% de los encuestados considera que la falta de experiencia en guion, ilustración, animación y sonido afecta mucho la eficiencia en la creación de un producto animado en 2D.

Figura 16

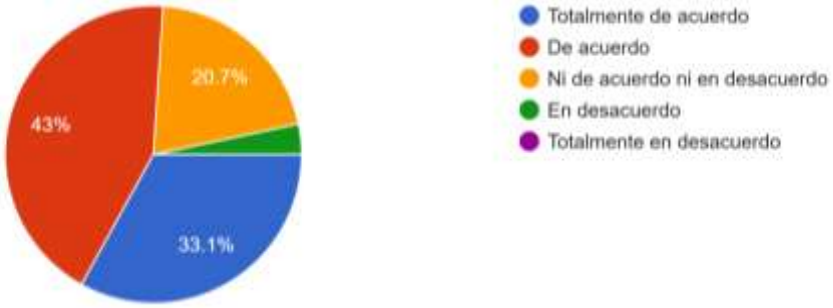
Resultados de la pregunta: *¿Cree usted qué, el desconocimiento sobre las tendencias y estándares de la industria de la animación limita mi competitividad en el mercado?*



Nota. En la Figura 16, se puede observar que el 47.1% de los encuestados considera que el desconocimiento sobre las tendencias y estándares de la industria de la animación afecta de manera regular su competitividad en el mercado.

Figura 17

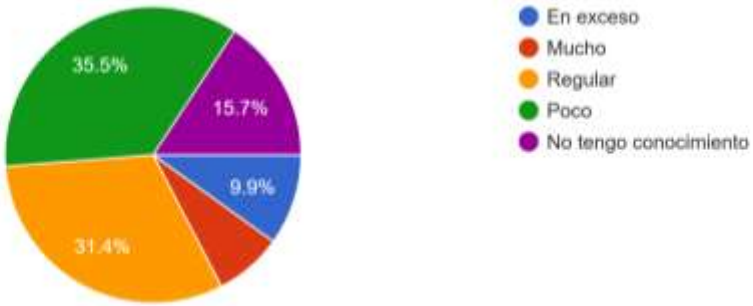
Resultados de la pregunta: *¿Cree usted que la falta de financiamiento es una de las principales barreras para la producción de animaciones 2D?*



Nota. Como resultado de la Figura 17, se puede evidenciar que el 43% de los encuestados está de acuerdo en que la falta de financiamiento es una de las principales barreras para la producción de animaciones 2D.

Figura 18

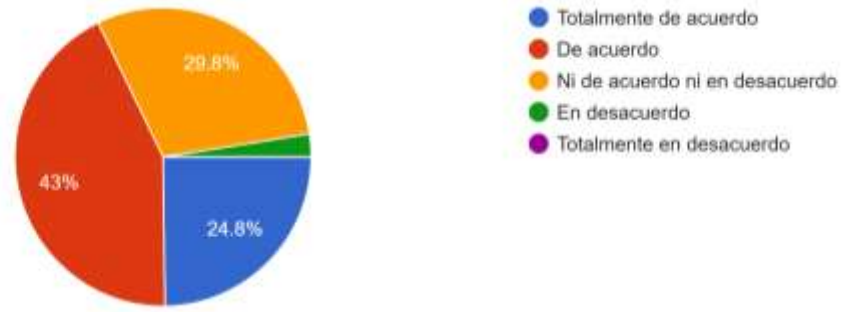
Resultados de la pregunta: *¿Cree usted que los programas de financiamiento del Estado peruano para la animación digital 2D son accesibles?*



Nota. Como resultado de la Figura 18, se puede evidenciar que el 35.5% de los encuestados considera que los programas de financiamiento del Estado peruano para la animación digital 2D son poco accesibles.

Figura 19

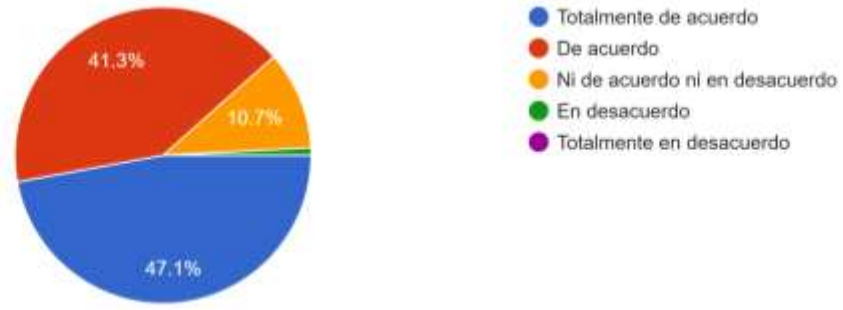
Resultados de la pregunta: *¿Considera que la animación 2D permite una mayor expresividad en los personajes en comparación con otros formatos visuales?*



Nota. En la Figura 19, el 43% de los encuestados está de acuerdo en que la animación 2D permite una mayor expresividad en los personajes en comparación con otros formatos visuales.

Figura 20

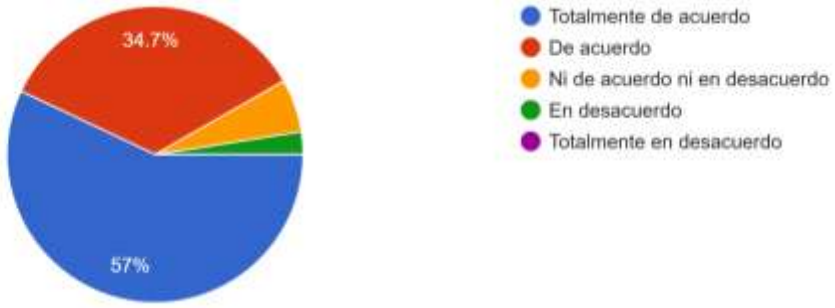
Resultados de la pregunta: *¿Cree usted qué una animación bien expresiva puede compensar la falta de diálogos y transmitir mensajes de manera efectiva?*



Nota. Como resultado de la Figura 20, se obtiene que el 47.1% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que una animación bien expresiva puede compensar la falta de diálogos y transmitir mensajes de manera efectiva.

Figura 21

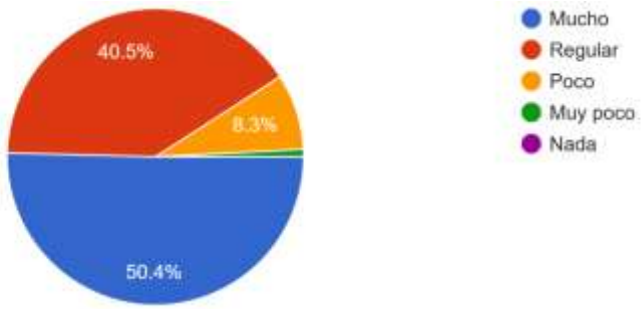
Resultados de la pregunta: *¿Cree que la evolución de la tecnología ha ampliado las posibilidades creativas en la animación digital, permitiendo nuevas formas de expresión visual?*



Nota. En la Figura 21 se observa que el 57% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la evolución de la tecnología ha ampliado las posibilidades creativas en la animación digital, permitiendo nuevas formas de expresión visual.

Figura 22

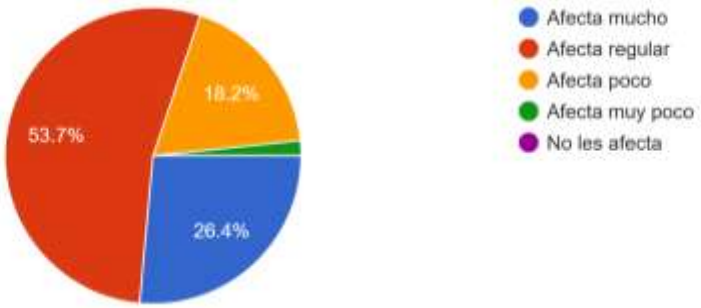
Resultados de la pregunta: *¿Cree que la animación digital permite a los creadores desarrollar productos visualmente innovadores sin las restricciones de técnicas tradicionales?*



Nota. Como resultado de la Figura 22, se observa que el 50.4% de los encuestados considera que la animación digital permite en gran medida a los creadores desarrollar productos visualmente innovadores sin las restricciones de las técnicas tradicionales.

Figura 23

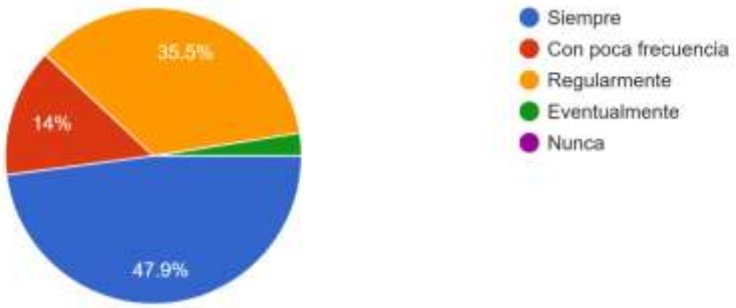
Resultados de la pregunta: *¿Cree que en un entorno altamente competitivo, las empresas que utilizan animación digital en su publicidad tienen una ventaja sobre aquellas que no lo hacen?*



Nota. En la Figura 23 se puede observar que el 53.7% de los encuestados considera que, en un entorno altamente competitivo, el uso de animación digital en publicidad afecta de manera regular la ventaja de una empresa sobre aquellas que no la utilizan.

Figura 24

Resultados de la pregunta: *¿Cree que la inversión en animación digital en el ámbito comercial genera un retorno positivo en ventas y fidelización del público?*



Nota. La Figura 24 demuestra que el 47.9% de los encuestados considera que la inversión en animación digital en el ámbito comercial genera un retorno positivo en ventas y fidelización del público.

4.2. Discusión de Resultados

En esta sección, se llevará a cabo un análisis detallado de las investigaciones desarrolladas por los autores mencionados en los antecedentes del estudio frente a los hallazgos obtenidos en la presente investigación, con el fin de es establecer una conexión entre ambos aportes teóricos

De acuerdo a las investigaciones realizadas por Martinez (2024) la inteligencia artificial ofrece beneficios significativos. En una encuesta realizada, la inteligencia artificial se usó especialmente en la generación de ideas y diseños en un 40% a más, la función de búsqueda más de un 8% y la optimización del tiempo más de un 38%. Esto resulta particularmente valioso para los profesionales de la animación, quienes pueden agilizar sus procesos de trabajo.

Los hallazgos de la investigación confirman que la elaboración de una animación en 2D se ha vuelto un proceso altamente complejo debido a la cantidad de etapas que deben abordarse para su desarrollo. Cada fase, desde la preproducción hasta la postproducción, implica una serie de desafíos técnicos que requieren conocimientos especializados y un dominio avanzado de herramientas digitales. Sin embargo, las dificultades no se limitan únicamente a la parte técnica, sino que también incluyen obstáculos creativos y conceptuales. La generación de ideas originales, la construcción de una narrativa coherente y el diseño visual adecuado representa retos adicionales que pueden influir significativamente en la calidad y viabilidad del producto audiovisual animado en 2D. Todo esto pone de manifiesto la necesidad de estrategias y metodologías que faciliten el proceso creativo y optimicen el flujo de trabajo en la producción de animación.

Según la publicación que realizó Jironza (2024) toma como conclusión que la Inteligencia Artificial está transformando el proceso de postproducción simplificando tareas complejas dentro de esta. Las herramientas avanzadas permiten automatizar procesos que tradicionalmente eran tediosos, al mismo tiempo que potencian las capacidades creativas de los profesionales del sector. Además, ofrecen efectos avanzados y asistencia en la producción de videos de alta calidad, reduciendo significativamente el esfuerzo requerido en comparación con los métodos convencionales.

La metodología utilizada por Jironza se basó en la investigación-acción, donde un postproductor integró la inteligencia artificial como una herramienta complementaria en el desarrollo de un proyecto de postproducción. A través de este enfoque, se buscó analizar el impacto y la eficiencia de estas tecnologías en el flujo de trabajo profesional. Los hallazgos obtenidos, respaldados por encuestas aplicadas durante la investigación, refuerzan la idea de que la inteligencia artificial puede facilitar significativamente la creación de productos audiovisuales al optimizar procesos y reducir tiempos de producción. Sin embargo, los resultados también destacan la importancia de que estas herramientas sean utilizadas por profesionales capacitados, ya que su correcta manipulación y aplicación son esenciales para garantizar la calidad y coherencia del producto final.

De acuerdo a lo señalado por González y Ortiz (2023) indican que la IA tiene el potencial de transformar la animación digital al acelerar los procesos y mejorar la calidad estética. Sin embargo, también presenta limitaciones significativas, como una versatilidad estética reducida y la necesidad de intervención creativa humana en ciertas etapas del proceso, lo que plantea desafíos para su adopción completa en la industria.

Estos resultados sugieren que la mayoría de los participantes reconoce el papel clave de la tecnología en la transformación y expansión de las posibilidades creativas dentro de la animación digital. Esto podría deberse a avances en herramientas de software, inteligencia

artificial, y nuevas técnicas de animación que han facilitado la experimentación y la innovación en el sector.

En base a Moya (2023), los hallazgos de esta investigación sugieren que la IA tiene el potencial de mejorar significativamente tanto la eficiencia como la calidad en la producción audiovisual. No obstante, la investigación destaca que, a pesar de estas ventajas, la creatividad humana sigue siendo un elemento esencial para la innovación en la animación, representando un desafío clave en la integración completa de la IA en la industria.

Los encuestados consideran que la falta de experiencia en estos aspectos afecta mucho la eficiencia en la producción esta carencia influye en exceso, Puede deberse a la complejidad del proceso de animación en 2D, que requiere habilidades especializadas en múltiples áreas. La falta de experiencia en cualquiera de estos aspectos genera retrasos, problemas de calidad y dificultades en la coordinación del equipo, afectando directamente la eficiencia en la producción.

Hinojosa, Marín y Maldonado (2024) destacan la importancia de comprender la relación entre la IA y la producción audiovisual, ya que esto no solo ofrece una visión más profunda sobre la evolución de los medios, sino que también contribuye a una comprensión más amplia del papel de la IA en la sociedad actual y futura. La investigación subraya tanto el potencial innovador como los desafíos éticos y culturales que deben considerarse en la integración de la IA en la industria audiovisual.

Se entiende por los resultados que la rápida evolución tecnológica en el campo de la animación, donde la actualización de software y hardware es clave para mejorar la eficiencia y la calidad del trabajo. Sin embargo, mantenerse al día con estos avances puede representar un desafío, tanto en términos de aprendizaje como de inversión económica. Por la constante evolución de la industria de la animación, donde surgen nuevas tecnologías, estilos y

exigencias de mercado que los profesionales deben conocer y dominar para mantenerse relevantes y competitivos.

Propuesta Tentativa

Se propone el desarrollo de una plataforma digital basada en inteligencia artificial con el objetivo de mitigar la falta de oportunidades laborales para egresados de la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia de Toulouse Lautrec. Esta plataforma funcionará como una herramienta que permitirá la creación de productos audiovisuales animados en 2D sobre todo bajo la técnica Cut-Out, facilitando así el trabajo freelance para jóvenes talentos que buscan insertarse en el mercado laboral.

El propósito principal es brindar oportunidades a aquellos egresados que desean emprender sin depender de una productora para realizar prácticas profesionales o acceder a su primera remuneración. A través de esta plataforma, los usuarios podrán desempeñarse de manera independiente, ya sea creando animaciones para proyectos personales, desarrollando series animadas para internet o utilizando la animación 2D como medio de expresión artística y comunicativa.

Además, la plataforma servirá como un recurso complementario para egresados sin experiencia que aspiran a desempeñarse en el área de postproducción. Permitirá reforzar conocimientos en disciplinas que no forman parte de su especialización principal, ayudando a suplir brechas de aprendizaje, superar bloqueos creativos y optimizar su flujo de trabajo. Asimismo, también será una herramienta útil para productoras emergentes que cuentan con recursos humanos y financieros limitados, facilitando la realización de sus primeros proyectos sin la necesidad de grandes inversiones.

La implementación de esta plataforma no solo beneficiará a jóvenes profesionales en su inserción laboral, sino que también contribuirá a la consolidación de una cultura

audiovisual más diversa e independiente. Con un mayor acceso a herramientas de producción y postproducción, se ampliará la oferta de contenidos animados, fomentando la creatividad, la innovación y el crecimiento del sector audiovisual en el país.

Prototipo

La plataforma virtual proporcionará a los egresados de la carrera de Comunicaciones del instituto Toulouse Lautrec las herramientas esenciales para desarrollar sus propias animaciones sin enfrentar la complejidad que este exige de forma tradicional. Esta es basada usando IA como herramienta para aligerar el proceso de desarrollo. El cual esta plataforma que se está proponiendo simplifica las múltiples inteligencias artificiales disponibles en el mercado, sus constantes actualizaciones, el uso de prompts que muchas veces son complejas, además la falta de conocimientos en áreas clave como sonido, ilustración, etc. Asimismo, permitirá superar bloqueos creativos al ofrecer un entorno estructurado y funcional. Diseñada para satisfacer las demandas tanto de profesionales en formación como de productoras emergentes, esta aplicación integrará herramientas avanzadas que optimizan el proceso de producción y facilitan la creación de contenido animado de manera eficiente, intuitiva y accesible.

Figura 25: Diagrama de la plataforma

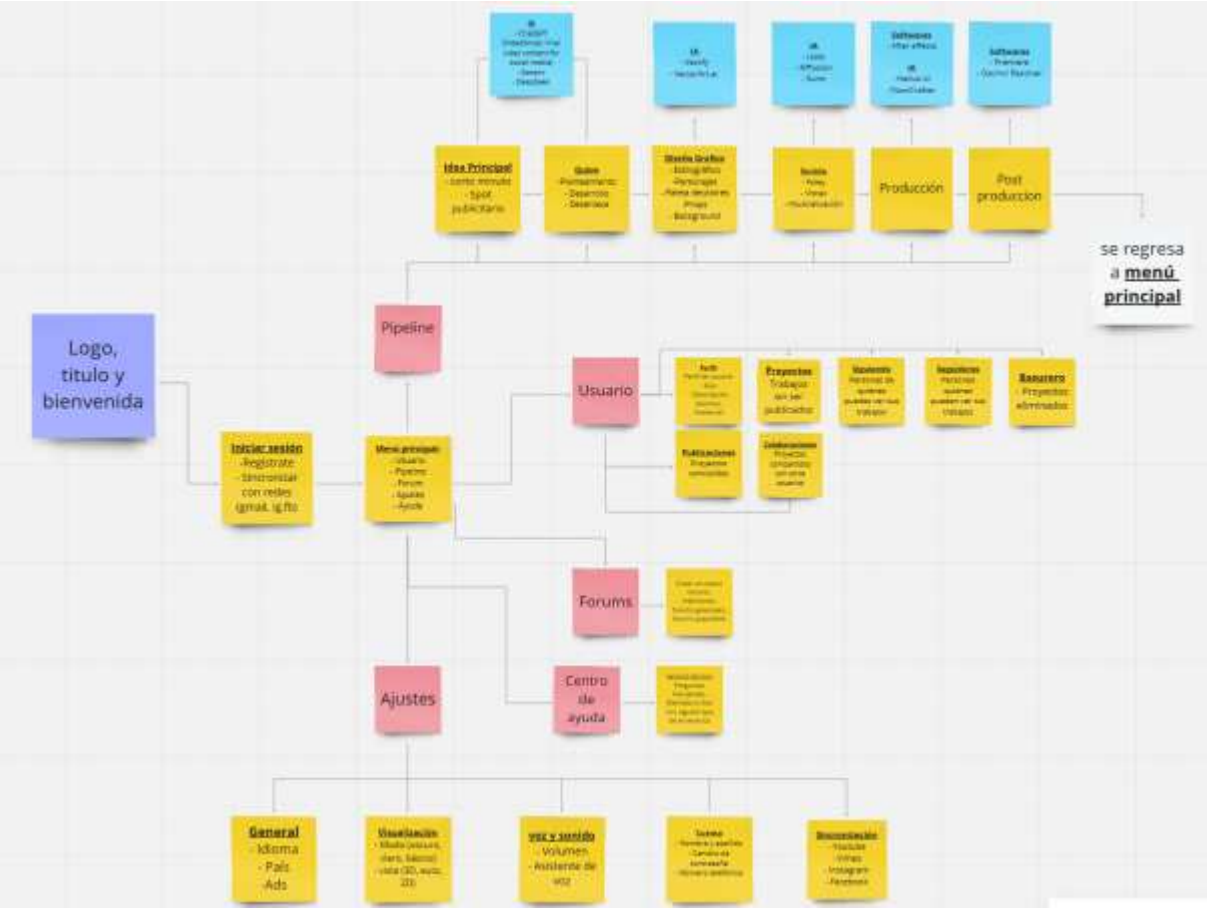


Figura 26: Logotipo de la plataforma

NEURONALLAB

Figura 27: Pantalla de inicio en desktop y celular móvil



Figura 28: Pantalla de inicio de sesión

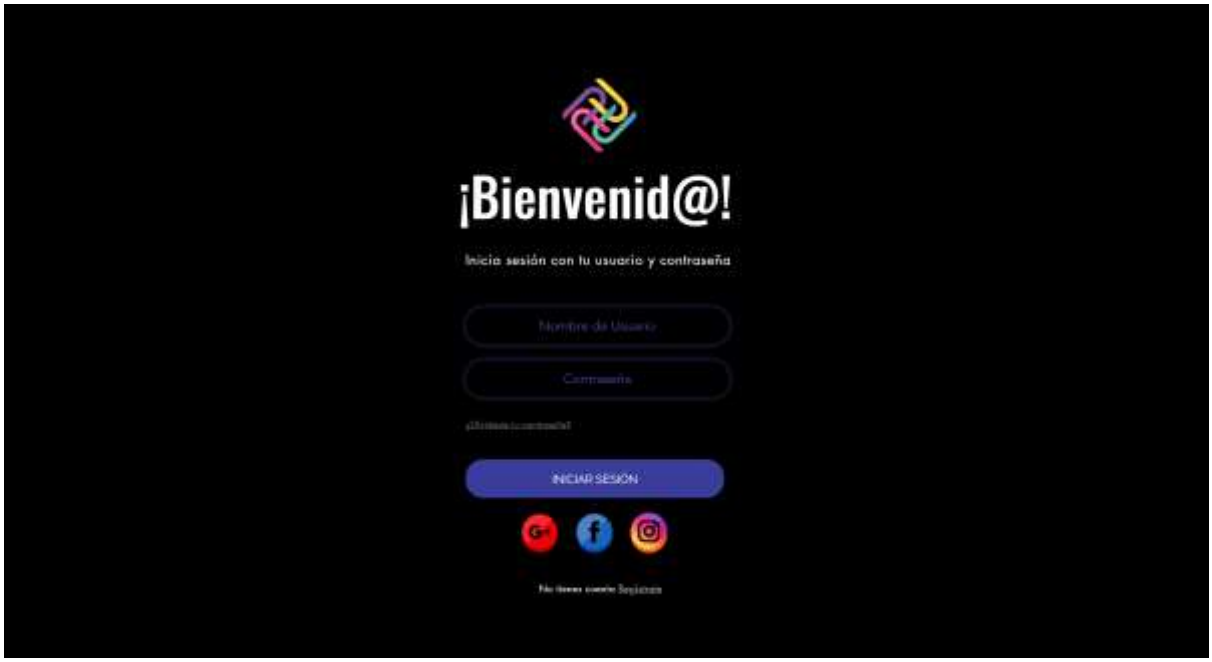


Figura 29: Pantalla Mi perfil

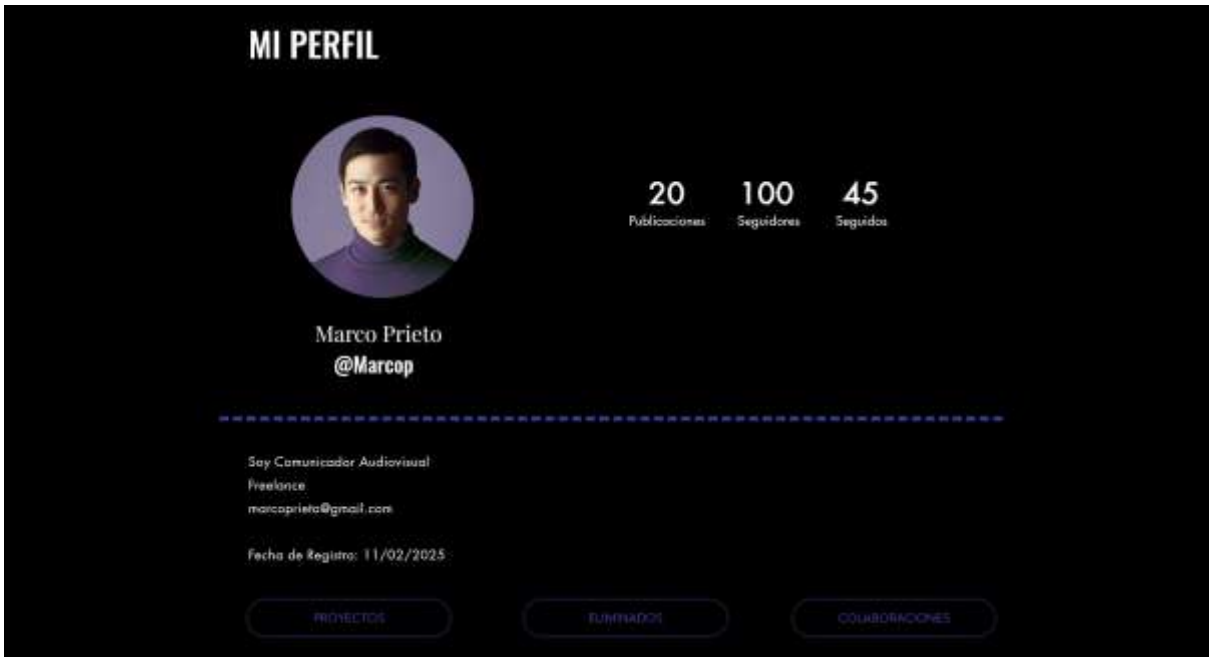


Figura 30: Pantalla PIPELINE

Nota: [En esta sección el usuario puede comenzar un proyecto desde el inicio o solo seleccionar el área que desee]



Figura 31: Pantalla Guión

Nota: [Primera etapa, donde se comienza una idea y un guion]



Figura 32: Pantalla de Graficos

Nota: [ventana donde la plataforma te ofrece las gráficas vectorizadas para una animación CUT-OUT]



Figura 33: Pantalla de Storyboard

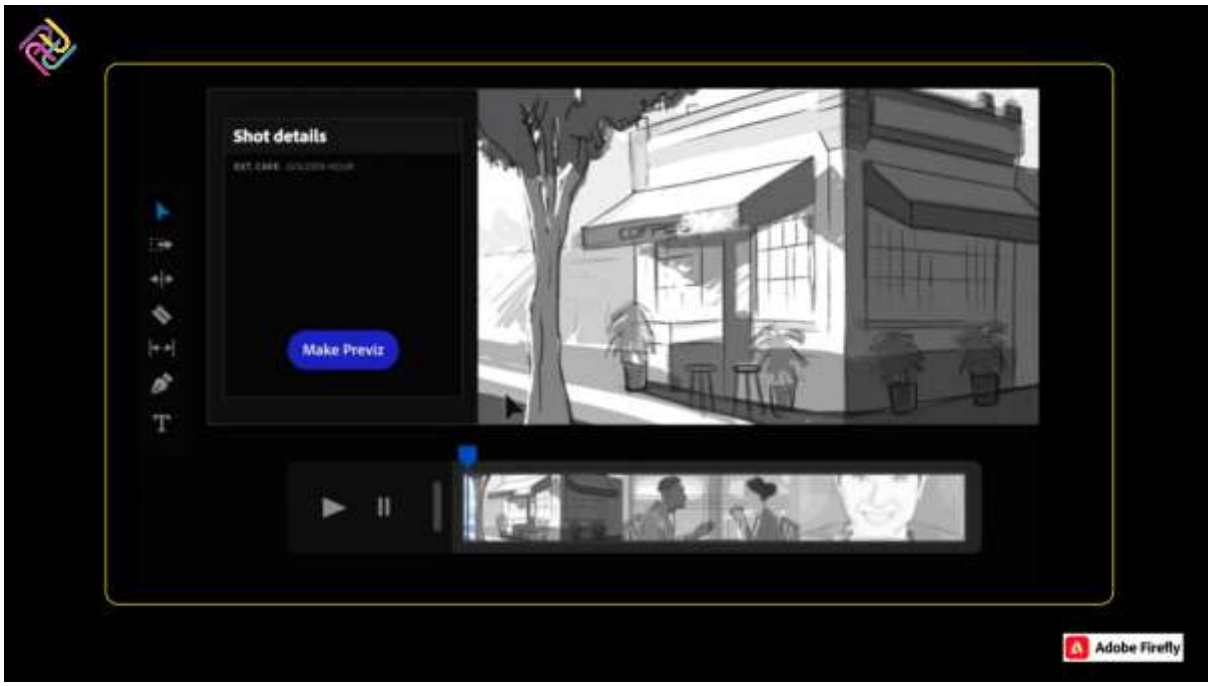


Figura 34: Pantalla donde se crea las canciones

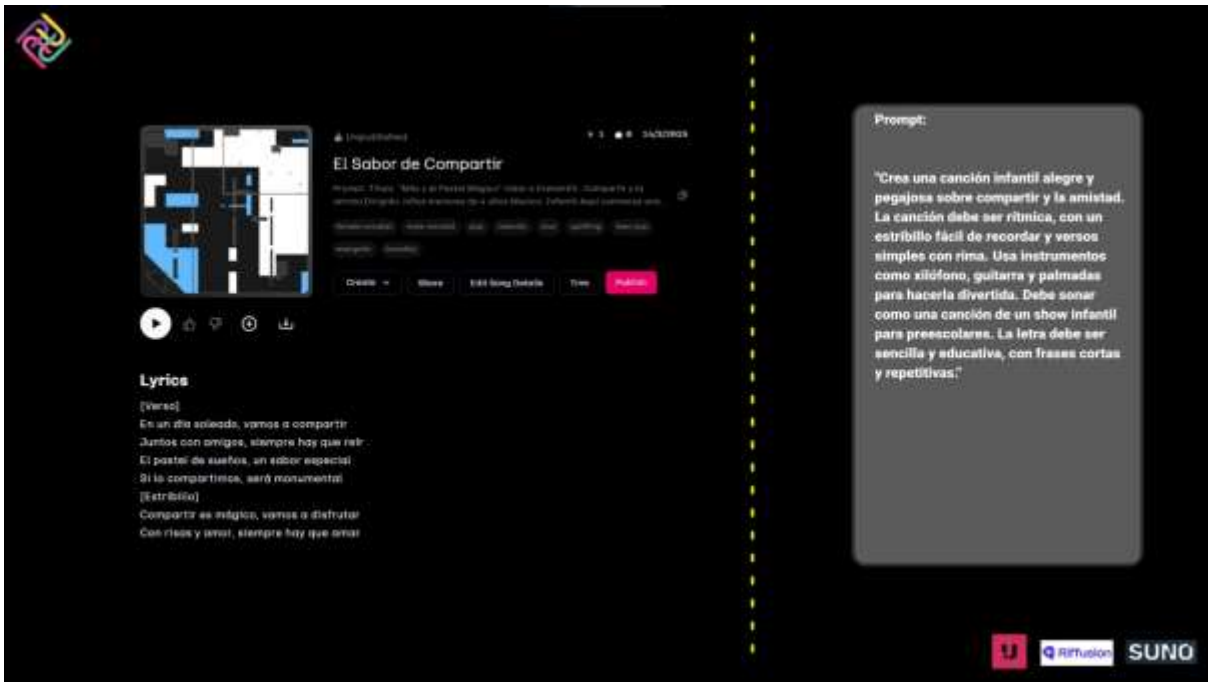


Figura 35: Comparativo de Animación

Nota: [Para la animación se recomienda usar un software dedicada a la animación como After effects exportando todo lo recolectado, en caso contrario la plataforma tiene la opción de seguir usando IA como Hailuo Ai, ToonCrafter, entre otros]



Figura 36: Archivando el material en la carpeta DRA (Davinci Resolver Archives)

Nota: [En caso que la animación se haya realizado dentro de la plataforma, este comprime lo recolectado para enviarlo al software Davinci Resolver]

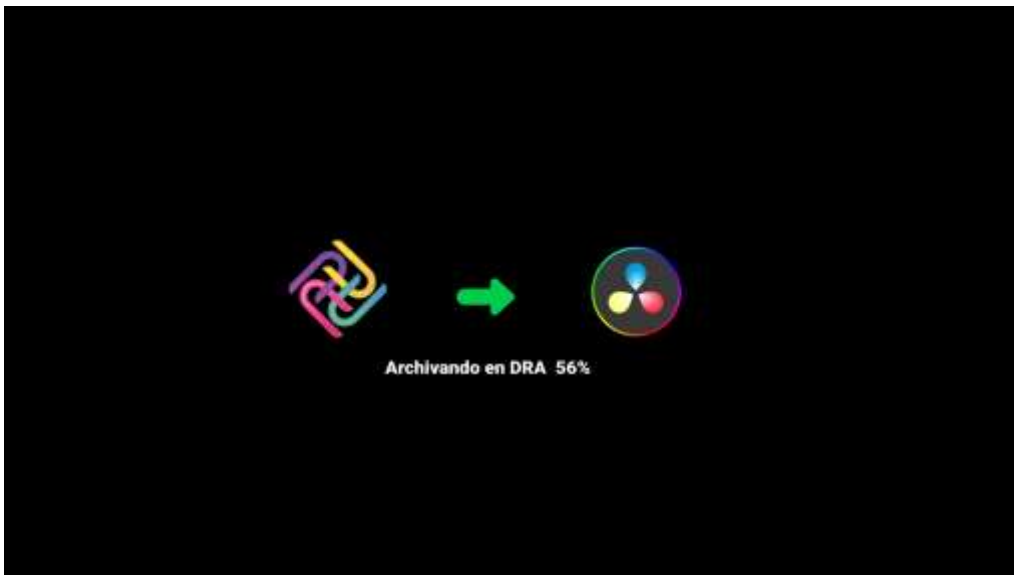


Figura 37: Pagina donde se puede compartir los trabajos



Figura 38: Pagina de ajustes generales



Presupuesto

Tabla N°3: Presupuesto tentativo de la plataforma virtual del primer mes

Ítem	Descripción	Cantidad	Precio Total (soles peruanos)
Personal			
Desarrollador Full-Stack	Desarrollo web, integración de APIs	1	4,000 - 6,000
Diseñador UI/UX	Diseño de interfaz y experiencia de usuario	1	3,000 - 5,000
Community Manager	Gestión de redes sociales y atención al cliente básica	1	2,000 - 3,500
Tecnología			
Hosting y Servidores (Básico)	Suficiente para un tráfico inicial	1	500 - 1,000
Integración de APIs de IA	Integración de APIs gratuitas o de bajo costo (ej: ChatGPT API gratuita, Suno, Riffusion, etc.).		0 - 1,500
Herramientas de Diseño (Figma, etc.)	Suscripciones básicas	1	100 - 300
Herramientas de Gestión de Proyectos (Trello, etc.)	Planes gratuitos o básicos	1	0 - 100
Marketing y Otros			
Publicidad Digital (Inicial)	Campañas básicas en redes sociales	1	300 - 700
Gastos Legales y Administrativos	Registro de dominio, licencias básicas	1	100 - 300
			10,000 - 18,500

4.3. Recomendaciones

Este estudio tiene como finalidad plantear la creación de una plataforma con herramientas de inteligencia artificial para elaborar un producto audiovisual animado en 2D para comunicadores egresados del instituto Toulouse Lautrec. A partir de la información y los datos obtenidos, se sugiere lo siguiente.

Investigaciones futuras: Se sugiere a futuros investigadores que deseen aplicar fenómenos similares en sus estudios que tomen como referencia los resultados y la metodología empleada en la presente investigación. Asimismo, se recomienda profundizar en aspectos relacionados con la variable de estudio y la muestra, con el propósito de garantizar la continuidad en la generación de conocimiento en este campo. Dado que la inteligencia artificial tiene el potencial de abarcar múltiples sectores educativos, su aplicación en distintos contextos podría contribuir significativamente al desarrollo y evolución de nuevas estrategias pedagógicas y metodológicas.

Beneficiarios de la investigación: Se recomienda que la plataforma virtual basada en inteligencia artificial sea utilizada únicamente como una herramienta de apoyo y no como un reemplazo absoluto del criterio humano. Aunque su implementación puede optimizar procesos y mejorar la eficiencia en diversas áreas, es fundamental mantener un equilibrio ético en su uso. La dependencia total de esta tecnología podría generar riesgos, como la pérdida de creatividad, el juicio crítico y la toma de decisiones basadas en valores humanos. Por ello, se enfatiza la importancia de que su aplicación sea complementaria, permitiendo que el pensamiento humano siga siendo el eje central en cualquier proceso en el que se integre la inteligencia artificial.

4.4 LIMITACIONES

En cuanto a las principales limitaciones detectadas a lo largo del desarrollo de la investigación, se identificaron las siguientes:

Una de las limitaciones identificadas en la investigación fue la dificultad para acceder a expertos en animación que pudieran validar los instrumentos de medición o brindar asesoramiento especializado. A pesar de los esfuerzos por contactar a profesionales con experiencia en la industria, muchos de ellos tenían agendas ocupadas. Esta situación generó retrasos en compartir las encuestas, afectando el cronograma establecido.

Durante el desarrollo de la investigación, una de las principales limitaciones identificadas fue la dificultad para localizar a los egresados de la carrera con el fin de aplicarles la encuesta y garantizar la objetividad de sus respuestas. El proceso de contacto resultó complejo y prolongado, ya que fue necesario recurrir a números de celulares, rastrear correos electrónicos y, en algunos casos, intentar establecer comunicación mediante redes sociales. Esta situación no solo ralentizó la recolección de datos, sino que también representó un desafío para obtener un número significativo de respuestas representativas.

Referencias

Alva León, L. A., & Goicochea Paredes, F. D. (2022). *Diseño de un modelo de gestión por procesos basado en la mejora continua para incrementar la productividad en la empresa de calzados G'MAPIEL de la ciudad de Trujillo, 2020*. Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33561/Alva%20Leon%2C%20Leydi%20Analy%20-%20Goicochea%20Paredes%2C%20Fiorella%20Delker.pdf

Andina. (2024, marzo 12). Industria de animación digital alcanzaría 410,000 millones en 6 años. Andina. https://andina.pe/agencia/noticia-industria-animacion-digital-alcanzaria-410000-millones-6-anos-1005383.aspx

Academia.edu. (2024). Pineiro, P. & Pedrero, C. Castellano: Documento descargable. Academia.edu. https://www.academia.edu/download/91214702/310507_Pineiro_Pedrero_Castellano.pdf

Brame, C. J. & Perez, K. E. (2017). Effective Educational Videos: Principles and Guidelines for Maximizing Student Learning from Video Content, *15*(4). https://doi.org/10.1187/cbe.16-03-0125

Bieser, J. (2023). *La Inteligencia Artificial puede fomentar la creatividad humana. Esto es lo que ha descubierto un nuevo estudio*. World Economic Forum. https://es.weforum.org/agenda/2023/02/como-puede-la-ia-potencializar-la-creatividad-humana-esto-es-lo-que-ha-descubierto-un-nuevo-estudio/

Contreras, Y. A. & Idme, W. (2022). *Fuentes de financiamiento y rentabilidad de las instituciones educativas privadas del distrito de San Sebastián Cusco de la tesis.* (Tesis de licenciatura). Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11160/1/IV_FCE_310_TE_Contreras_Idme_2022.pdf

Centro de Investigación e Innovación Educativa. (2024). Investigación educativa sobre animación digital. Centro de Investigación e Innovación Educativa. https://centro-investigacion-innovacion-educativa.bravesites.com/files/documents/306aa3ba-3be8-4e59-ab4d-51508f7513c6.pdf#page=82

Doxa Comunicación. (2024, marzo). Revista científica: Artículo. Doxa Comunicación. https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/download/2152/4409/17126

Dialnet. (2024). Título del artículo. Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9797125

El Peruano. (2024, marzo 14). Estamos priorizando la creatividad en la educación. El Peruano. https://elperuano.pe/noticia/247118-estamos-priorizando-la-creatividad-en-la-educacion

Exportemos. (2022). Exportación de animación digital hacia Canadá 2022. Exportemos. https://recursos.exportemos.pe/Exportacion_animacion_Canada_2022_keyword_principal.pdf

Frattelli, N. & Pierina, F. (2024). Título del documento. Repositorio Universidad Señor de Sipán. https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/12230/Frattelli%20Noel%2C%20Franca%20Pierina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gestión. (2024, marzo 15). Seis de cada 10 jóvenes dice que falta de experiencia dificulta encontrar empleo formal. Gestión. https://gestion.pe/economia/management-empleo/seis-de-cada-10-jovenes-dice-que-falta-de-experiencia-dificulta-encontrar-empleo-formal-noticia/

Gobierno del Perú. (2024). ¿Qué es la inteligencia artificial (IA)?. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/69730-que-es-la-inteligencia-artificial-ia

Gonzalez, P. & Ortiz, R. (2023). *Expectativas futuras sobre la inteligencia artificial en la animación a partir de la obra "Rock, Paper, Scissors"*. Universidad Mayor. https://repositorio.umayor.cl/xmlui/bitstream/handle/sibum/8899/ENSAYO%20EXPECTATIVAS%20FUTURAS%20SOBRE%20LA%20INTELIGENCIA%20ARTIFICIAL%20EN%20LA%20ANIMACI%c3%93N%20A%20PARTIR%20DE%20LA%20OBRA%20ROCK%2c%20PAPER%2c%20SCISSORS_SAG.pdf

Infobae. (2024, julio 25). Siete de cada diez jóvenes en Perú enfrentan problemas para encontrar trabajos relacionados con sus estudios. Infobae. https://www.infobae.com/peru/2024/07/25/siete-de-cada-diez-jovenes-en-peru-enfrentan-problemas-para-encontrar-trabajos-relacionados-con-sus-estudios/

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024, marzo 14). Aumentó la población usuaria de internet en todos los grupos de edad en el primer trimestre de 2024. INEI. 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/

IPP. (2024). Blog sobre animación digital. IPP. https://www.ipp.edu.pe/blog/animacion-digital/

Lugo Rodríguez, J. E., & Ramírez Alvarado, M. R. (2018). El impacto de la inteligencia artificial en la animación digital. *Revista Digital Universitaria, 19*(5), 1-15. https://www.redalyc.org/pdf/441/44170517008.pdf

Mercado Negro. (2024, marzo 13). El 40% de jóvenes peruanos que inician una carrera técnica o profesional no la terminan. Mercado Negro. https://www.mercadonegro.pe/noticias/el-40-de-jovenes-peruanos-que-inician-una-carrera-tecnica-o-profesional-no-la-terminan/

Mazariegos, K. (2023). *Reflexión de la experiencia de práctica supervisada en el área de deportes de la red, emisora de radio corporación nacional, Junio - Agosto 2021*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar. https://biblior.url.edu.gt/wp-content/uploads/publiwevg/Tesis/2023/05/01/Mazariegos-Kevin.pdf

Moya, G. E. (2023). *La inteligencia artificial en la Industria Audiovisual de la Animación Docuficción A la Luz de Antonio di Benedetto*. Universidad Nacional de Cuyo. https://librosffyl.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/19093/moya-lainteligenciaartificialenlaia.pdf

Promperú. (2024). Reporte sobre animación digital. Promperú. https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/1858a486-78ea-48a0-b8a9-9106852cf36b/content

Peruxpert. (2024, marzo 12). Exporta servicios Perú: Animación digital. Peruxpert. https://peruxpert.com/exporta-servicios-peru/animacion-digital

Rodríguez Cabral, J. M. (2022). *Estrategias de evaluación por competencias utilizadas por los docentes en entornos virtuales de aprendizaje en la universidad abierta para adultos.* (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Valencia. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/674720/Rodriguez_Cabral_JovannyMaria.pdf

Rodríguez, S. (2023). *Animación 2D vectorial en la producción de una serie de televisión*. Universidad Politécnica de Valencia. https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/198102/Rodriguez%20-%20Animacion%202d%20vectorial%20en%20la%20produccion%20de%20una%20serie%20de%20television.pdf

Senescyt. (2024, marzo). Artículo en Scielo. Senescyt. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09342024000200165

Scielo. (2021). Título del artículo en Scielo. Scielo. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252021000300002&script=sci_arttext

Saucedo, G. M. (2024). *La animación y el animador en el contexto de la IA*. Universidad de las Américas Puebla. https://www.udlap.mx/ia/articulos/la-animacion-y-el-animador.aspx

Toulouse Lautrec. (2024). Inteligencia artificial en animación: Revolucionando. Toulouse Lautrec. https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/inteligencia-artificial-en-animacion-revolucionando-

Tzec, D. N. (2022). *Importancia de la biblioteca virtual en el Instituto Tecnológico Superior Progreso*. Tecnológico Nacional de México. https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/8020/4/IMPORTANCIA%20DE%20LA%20BIBLIOTECA%20VIRTUAL%20EN%20EL%20INSTITUTO%20TECNOL%C3%93GICO%20SUPERIOR%20PROGRESO.pdf

Torres, A. (2010). *La biblioteca digital como medio de transmisión del conocimiento en el mundo globalizado*. *Ciencias de la Información*, 41(3), 43-50. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2010000300005

UNESCO. (s.f.). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. UNESCO. https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics

Universidad de Lima. (2024). Trabajo sobre animación digital: Tesis. Repositorio Universidad de Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/17509/T018_43435764_T.pdf;jsessionid=0BD853316961608ADE428229B51ECF90?sequence=1

UPAO. (2024). Conoce los principios básicos de la animación según Disney. UPAO. https://yocomunicadorupao.edu.pe/conoce-los-principios-basicos-de-la-animacion-segun-disney%EF%BF%BC/

Vitalia. (2024). Recursos tecnológicos en educación. Revista Vitalia. https://revistavitalia.org/index.php/vitalia/article/view/230/328

Vanas. (s.f.). *¿Cómo la IA transforma la producción de animación, efectos visuales y videojuegos?* Vancouver Animation School. https://www.vanas.ca/es/blog/artificial-intelligence-transforming-animation

Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J. & Maldonado, I. A. (2023). *Metodología de la investigación científica: guía práctica*. *Ciencia Latina Internacional*. https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619

Anexos

Anexo 1 Consentimiento informado

TOULOUSE LAUTREC	**Centro de Investigación Toulouse Lautrec**

Consentimiento informado para Participantes de investigaciones originadas en TLS

Lima, 28 de Marzo 2025.

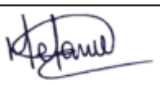
Yo Franco Martin Ñato Bengoa, identificado con el DNI 42897371, acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de la investigación titulada "PLATAFORMA CON HERRAMIENTAS DE IA PARA ELABORAR UN PRODUCTO AUDIOVISUAL ANIMADO EN 2D PARA COMUNICADORES EGRESADOS DEL INSTITUTO TOULOUSE LAUTREC", luego de haber conocido y comprendido en su totalidad el objetivo y su naturaleza experimental. Adicionalmente se me informó que:

- El tratamiento o metodología al que seré partícipe de acuerdo a mi pertenencia al grupo control o experimental según corresponda y la duración esperada.
- Mi participación es libre y voluntaria, por lo tanto, tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento sabiendo las consecuencias que conllevaría mi retiro.
- Los beneficios, incentivos y/o los efectos adversos que puedo tener por participar en la investigación.
- Se mantendrá en estricta confidencialidad la información obtenida producto de mi participación, codificando el total de mis resultados con un número clave para ocultar mi identidad y garantizar que la difusión de los resultados se realice en total anonimato.
- Puedo contactarme con Melanie Ianiv Maguiña Bados al correo 2014100548@talento.tls.edu.pe para despejar dudas sobre mi participación y derechos en la investigación.



Firma

Datos de informante(s):

Nombre	Relación con la investigación	Firma
Franco Martin Ñato Bengoa	Investigador	
Melanie Ianiv Maguiña Bados	Investigador	

Anexo 2 Encuesta



Elaboración de un producto audiovisual animado en 2D

Encuesta que evaluará las DIFICULTADES, LIMITACIONES Y VENTAJAS para la realizar una animación 2D



DIFICULTADES

Tiempo de producción, Amplio equipo de trabajo, Producción y Postproducción de Audio

¿Consideras que los plazos de entrega en animación 2D suelen ser demasiado ajustados para lograr un buen resultado?

- En exceso
- Mucho
- Regular
- Poco
- No tengo conocimiento

¿La demora en la producción de animación 2D impacta negativamente en la motivación o interés por los proyectos?

- Afecta mucho
- Afecta regular
- Afecta poco
- Afecta muy poco
- No les afecta

¿El tiempo prolongado de producción en animación 2D me ha llevado a buscar herramientas o técnicas para agilizar mi trabajo?

- Muy frecuentemente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

¿La falta de disponibilidad de algunos miembros del equipo ha afectado mis proyectos de animación?

- Afecta Mucho
- Afecta Regular
- Afecta Poco
- Afecta muy poco
- No les afecta

¿Cree que un equipo de trabajo amplio en animación 2D requiere una gestión eficiente para evitar retrasos y conflictos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree que la mezcla y edición del audio requieren tanto tiempo como la creación de la animación en sí?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted qué la calidad del sonido y los efectos sonoros influyen significativamente en la percepción final de la animación?

- En exceso
- Mucho
- Regular
- Poco
- No tengo conocimiento

LIMITACIONES

SI DESEA REALIZAR UN PROYECTO ANIMADO EN 2D DE FORMA INDEPENDIENTE

¿Considera que el costo de equipos y programas de alto rendimiento es una barrera para mejorar la calidad de mis animaciones?

- ◯ Afecta mucho
- ◯ Afecta regular
- ◯ Afecta poco
- ◯ Afecta muy poco
- ◯ No les afecta

¿Cree que la actualización constante de equipos y programas es un desafío para mantenerse competitivo en la industria de la animación?

- ◯ Afecta mucho
- ◯ Afecta regular
- ◯ Afecta poco
- ◯ Afecta muy poco
- ◯ No les afecta

¿Cree usted qué, la falta de experiencia en guión, ilustración, animación y sonido afecta la eficiencia en la creación de un producto animado en 2D?

- ◯ En exceso
- ◯ Mucho
- ◯ Regular
- ◯ Poco
- ◯ No tengo conocimiento

¿Cree usted qué, el desconocimiento sobre las tendencias y estándares de la industria de la animación limita mi competitividad en el mercado?

- ◯ Afecta mucho
- ◯ Afecta regular
- ◯ Afecta poco
- ◯ Afecta muy poco
- ◯ No les afecta

¿Cree usted que la falta de financiamiento es una de las principales barreras para la producción de animaciones 2D?

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los programas de financiamiento del Estado peruano para la animación digital 2D son accesibles?

- ◯ En exceso
- ◯ Mucho
- ◯ Regular
- ◯ Poco
- ◯ No tengo conocimiento

VENTAJAS

Mayor Expresividad, Libertad de técnica y Atractivo para las ventas

¿Considera que la animación 2D permite una mayor expresividad en los personajes en comparación con otros formatos visuales?

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted qué una animación bien expresiva puede compensar la falta de diálogos y transmitir mensajes de manera efectiva?

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

¿Cree que la evolución de la tecnología ha ampliado las posibilidades creativas en la animación digital, permitiendo nuevas formas de expresión visual?

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

¿Cree que la animación digital permite a los creadores desarrollar productos visualmente innovadores sin las restricciones de técnicas tradicionales?

- ◯ Mucho
- ◯ Regular
- ◯ Poco
- ◯ Muy poco
- ◯ Nada

¿Cree que en un entorno altamente competitivo, las empresas que utilizan animación digital en su publicidad tienen una ventaja sobre aquellas que no lo hacen?

- ◯ Afecta mucho
- ◯ Afecta regular
- ◯ Afecta poco
- ◯ Afecta muy poco
- ◯ No les afecta

¿Cree que la inversión en animación digital en el ámbito comercial genera un retorno positivo en ventas y fidelización del público?

- ◯ Siempre
- ◯ Con poca frecuencia
- ◯ Regularmente
- ◯ Eventualmente
- ◯ Nunca

Anexo 3 Hoja de validación de experto

Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	01/03/25
Validador	Ali Escalante
Cargo e institución donde labora	Docente en Instituto Toulouse Lautrec
Instrumento a validar	Encuesta
Objetivo del instrumento	Medir la variable dependiente utilizada en la investigación
Autor(es) del instrumento	Franco Martin Ñato Bengoa Melanie Ianiv Maguiña Bados

II. Criterios de validación del instrumento

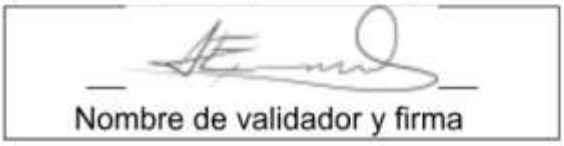
Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir los componentes de la variable.			X	
Objetividad	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
	TOTAL	**0**	**0**	**30**	

III. Coeficiente de Validez

$$\frac{D+R+B}{30} = 1$$



Nombre de validador y firma

Anexo 4 Hoja de validación de experto

Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	28/02/2025
Validador	Johanna Lazo Castro
Cargo e institución donde labora	Docente / Toulouse Lautrec
Instrumento a validar	Encuesta
Objetivo del instrumento	Medir la variable dependiente utilizada en la investigación
Autor(es) del instrumento	Franco Martin Ñato Bengoa Melanie Ianiv Maguiña Bados

II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.			x	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir los componentes de la variable.		x		
Objetividad	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			x	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			x	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.			x	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.			x	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			x	
	TOTAL	**0**	**2**	**27**	

III. Coeficiente de Validez

$$\frac{D + R + B}{30} = 0.96$$

Nombre de validador y firma

Anexo 5 Hoja de validación de experto

Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	01/03/2025
Validador	Eduardo Hurtado Bardalez
Cargo e institución donde labora	Independiente / Freelance
Instrumento a validar	Encuesta
Objetivo del instrumento	Medir la variable dependiente utilizada en la investigación
Autor(es) del instrumento	Franco Martin Ñato Bengoa Melanie Ianiv Maguiña Bados

II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	Preguntas alineadas con los objetivos.
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	Las preguntas reflejan la variable correctamente.
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.			X	No se observan incongruencias.
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir los componentes de la variable.		X		Aunque las preguntas cubren varios aspectos, algunas dimensiones podrían explorarse más en profundidad. Podría agregarse ítems que permitan evaluar con mayor detalle el impacto de las herramientas AI en la producción.
Objetividad	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			X	Claridad en la formulación.
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			X	Se basa en teorías relevantes.
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			X	Correcta distribución.
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.			X	Lenguaje accesible y claro.
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.			X	Redacción adecuada
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	Formato bien estructurado.
	TOTAL	**0**	**2**	**27**	

III. Coeficiente de Validez

$$\frac{D+R+B}{30} = 0.96$$



Nombre de validador y firma