ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Pensamientos de Mujeres

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS ANIMADOS

PRESENTADA POR

Ximena Cuestamerino Escalante
DNI: 70702615, Perú

ASESOR

Silvia Roxana Lizama Mescco
DNI: 42094820, Perú

JURADO

Hayashi Rafael Mateo Nuñez
Millan Reyes Martha Sofia Mercedes
Guido Evans Renzo

Lima, septiembre 2025

Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS- Pensamientos de Mujeres.docx.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:481809374

Submission Date
Aug 11, 2025, 10:47 PM GMT-5

Download Date
Aug 11, 2025, 10:56 PM GMT-5

File Name
Proyecto de Innovación TLS- Pensamientos de Mujeres.docx.pdf

File Size
9.1 MB

44 Pages

2,982 Words

15,049 Characters

16% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

6% Internet sources
0% Publications
14% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

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

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del proyecto de innovación 1

1.2 Resumen del proyecto de innovación 1

1.3 Contextualización del proyecto de innovación 1

II. Descripción de la innovación 1-32

2.1 Planteamiento del problema 2

2.2 Población beneficiaria 3

2.3 Objetivo(s) del proyecto 4

2.4 Marco referencial 4-5

2.5 Proceso creativo y experimentos 5-32

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 5-6

2.5.2 Información sobre el mercado 6-8

2.5.3 Concepto y propuesta de valor 9-10

2.5.4 Diseño de producto/servicio 10-14

2.5.5 Modelo de negocio 15

2.5.6 Resultados esperados 16

2.5.7 Prototipos desarrollados 16-22

2.5.8 Experimentos 22-30

2.5.9 Resumen del proyecto de innovación 30-32

III. Estimación de costos 32-35

3.1 Presupuesto 32-35

IV. Conclusiones y recomendaciones 35-36

4.1 Conclusiones 35

4.2 Recomendaciones 36

V. Referencias Bibliográficas 37-38

VI. Anexos 38

6.1 Informe de Turnitin 38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto 33
Tabla 2 Diagrama de Gantt 36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas 2

Figura 2 Mapa de actores 3

Figura 3 Arquetipos de usuario 5-6

Figura 4 Análisis FODA 7

Figura 5 Análisis PESTEL 7

Figura 6 Fuerzas de Porter 8

Figura 7 Canvas propuesta de valor 9

Figura 8 Ruta para conceptualizar 10

Figura 9 Ficha técnica 11

Figura 10 Tablero UX 12-13

Figura 11 Check list prototipado 14

Figura 12 Modelo canvas de negocios 15

Figura 13 Experimentación ágil 16

Figura 14 Encuesta(Pregunta 1) 22

Figura 15 Encuesta(Pregunta 2) 23

Figura 16 Encuesta(Pregunta 3) 23

Figura 17 Encuesta(Pregunta 4) 24

Figura 18 Encuesta(Pregunta 5) 24-25

Figura 19 Encuesta(Pregunta 6) 26

Figura 20 Encuesta(Pregunta 7) 27

Figura 21 Encuesta(Pregunta 8) 27

Figura 22 Encuesta(Pregunta 9) 28

Figura 23 Encuesta(Pregunta 10) 28

Figura 24 Encuesta(Pregunta 11) 29-30

Figura 25 Lean Canvas 31

I. Información general

1.1 Pensamientos de Mujeres

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

Pensamientos de mujeres es una miniserie animada de 8 episodios que invita a la reflexión sobre la desigualdad y comprende al espectador que está siendo afectado por esta problemática.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

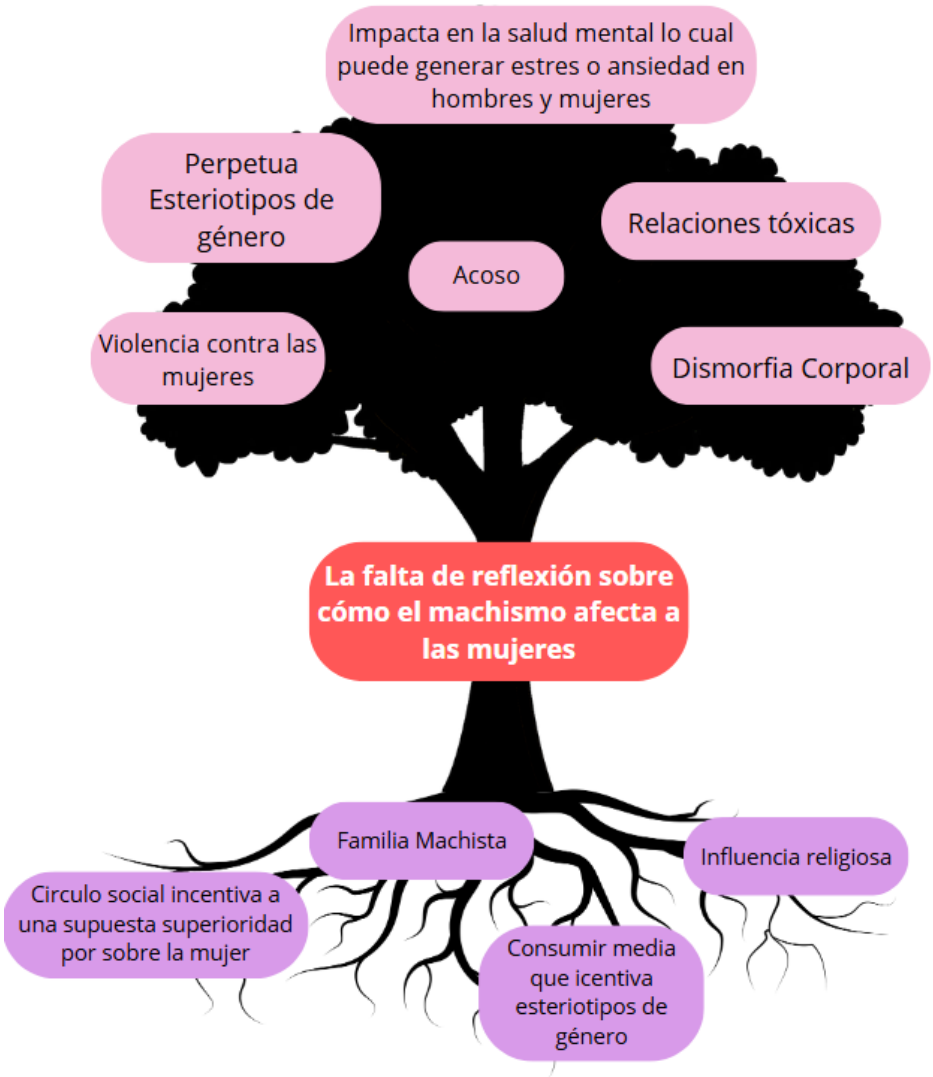
“Actualmente el 6% de las mujeres declaran haber sido victimas de violencia sexual” (Datos y Cifras: Violencia Contra las Mujeres | ONU Mujeres, s. f.). “Durante el primer semestre de 2024, se documentaron un total de 2128 feminicidios en 16 países de América Latina. Esto equivale a al menos 12 feminicidios por día en la región. Es decir, 1 feminicidio cada 2 horas ".(MundoSur & MundoSur, 2025). Una investigación en Alemania ha sacado a la luz un chat de la red social Telegram en la que más de 70.000 hombres de todo el mundo compartían consejos de cómo sedar y agredir sexualmente a mujeres (Vanguardia, 2024). Estas han sido las últimas noticias sobre un gran problema presente en nuestra sociedad, la falta de reflexión sobre cómo el machismo afecta a las mujeres, especialmente en Latinoamérica ya que las cifras apuntan a que esta problemática está más presente en esta parte del continente.

II. Descripción de la innovación

Planteamiento del Problema

Figura 1

Árbol de Problemas



La herramienta del árbol de problemas permite ver qué otras problemáticas causan la principal, en este caso la falta de reflexión sobre la falta de reflexión sobre cómo el machismo afecta a las mujeres, en las raíces y por otro lado en la copa del árbol vemos las problemáticas que nacen de la principal.

Población beneficiaria

Figura 2

Mapa de Actores



El mapa de actores nos permite ver que personas, entidades y organismos están involucrados en el problema. En la parte del centro está la problemática, en el círculo que le sigue están los actores internos(los que son afectados directamente por la problemática), en el círculo que le sigue están los actores externos(se relacionan con los actores internos de manera indirecta) y en el último círculo están las instituciones o entidades(Se relacionan con todos los anteriores circulos y tienen influencia sobre una gran cantidad de personas).

Objetivo(s) del proyecto

Crear una serie de es provocar la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato invitar a la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato a las mujeres mediante una serie animada con un estilo visual cambiante y único.

Y los objetivos específicos son los siguientes:

- Crear el crowdfunding de la serie para conseguir 372 996 soles en un año
- Llegar a obtener 1 millón de seguidores en la cuenta de instagram de la serie
- Definir 7 guiones y 35 fichas de arte conceptual que se usará de los cortos para tener una trama coherente dentro de 6 meses
- Realizar 7 storyboards de los cortos para saber qué pasa durante el transcurso de los cortos en 7 meses.
- Animar los 7 cortos para ejecutar lo que se planteó en el storyboard y el arte dentro de 17 meses.
- Promocionar los 8 cortos en redes sociales para llegar a un mayor alcance de gente durante 8 meses.
- Vender mercancía en ferias y en la página online para generar ingresos durante 19 meses.
- Animar los 7 cortos para ejecutar lo que se planteó en el storyboard y el arte dentro de 17 meses.
- Vender una licencia de transmisión de los episodios a Netflix para conseguir ingresos cada tres meses por parte de los residuales durante el mes.
- Promocionar los 8 cortos en redes sociales para llegar a un mayor alcance de gente durante 8 meses.
- Vender mercancía en ferias y en la página online para generar ingresos durante 19 meses.

Marco referencial

Series como Tuca y Bertie(Hanawalt,2019), Bee and Puppycat(Allegri,2013) y algunos capítulos de Bojack Horseman(Bob-Waksberg,2014), Big Mouth(Kroll, Goldberg, Levin, Flackett, 2017) y el cortometraje “No confundas amor con abuso”(DayOneNY, 2018) también tocan esta misma problemática y tuvieron una gran aceptación por parte de su público. Lo cual hace que la propuesta sea una innovación incremental, ya que

específicamente Tuca y Bertie (Hanawalt,2019) es una serie que trata el de cómo el machismo afecta a las mujeres durante todos sus episodios, pero lo que hace diferente de Pensamientos de Mujeres es el formato narrativo de ser una serie episódica y no seriada y el estilo visual cambiante en cada capítulo al contrarío de Tuca y Bertie que tienen un estilo visual preestablecido. El objetivo con esto es conseguir que el espectador se sorprenda con cada capítulo y ofrecerle más perspectivas desde otros contextos sobre la misma problemática para que así tenga una mejor comprensión sobre el tema.

Proceso creativo y experimentos

2.1.1 Información sobre el usuario(s)

Figura 3

Arquetipos de Usuario

<table>
<tr><td rowspan="2">
Melisa de 21 años, estudia humanidades y también trabaja a medio tiempo de lunes a viernes en una cafetería.</td><td>Trabaja en atención al cliente y estudia humanidades</td><td>En relación a la propuesta</td></tr>
<tr><td>Tiene padres divorciados y vive con su mamá y hermana. No habla con su padre debido a que fue bastante ausente durante su niñez.
Tiene un circulo social pequeño pero unido</td><td>Le duele saber que hay tantos casos de feminizidio en el país. No soporta como algunos hombres hablan sobre el cuerpo de las mujeres en algunos medios. Odia el acoso que hay en el transporte público (también porque le ha pasado) y le dá miedo cuando se regresa a su casa sola en la noche.</td></tr>
<tr><td>No consume marcas populares o de fast fashion ya que prefiere o comprar ropa de segunda mano o directamente pequeños emprendedores. Suele comer comida organica o baja en calorías y tomar agua aunque de vez en cuando cuando sale con sus amigas come comida callejera(salchipapa/pizza/donas/corndog/etc)</td><td>Usa instagram y tiktok. En instagram suele subir estados y de vez en cuando publica fotos de ella o de algún paisaje en las que se ha sentido bien(suele editar sus fotos para que se vean Aesthetic). Tiktok la usa más para consumir contenido de influencers que hacen contenido feminista o de chicas para chicas o para enterarse de eventos locales o conciertos.

En su tiempo libre le gusta salir con sus amigas o con su mamá, tomar fotos, ver tutoriales de maquillaje mientras ve videos de chismes en youtube y escuchar música alternativa y pop.</td><td>Ella necesita sentirse comprendida por la sociedad. Espera ayudar a chicas como ella o que esten siendo victimas de maltrato o acoso.</td></tr>
</table>

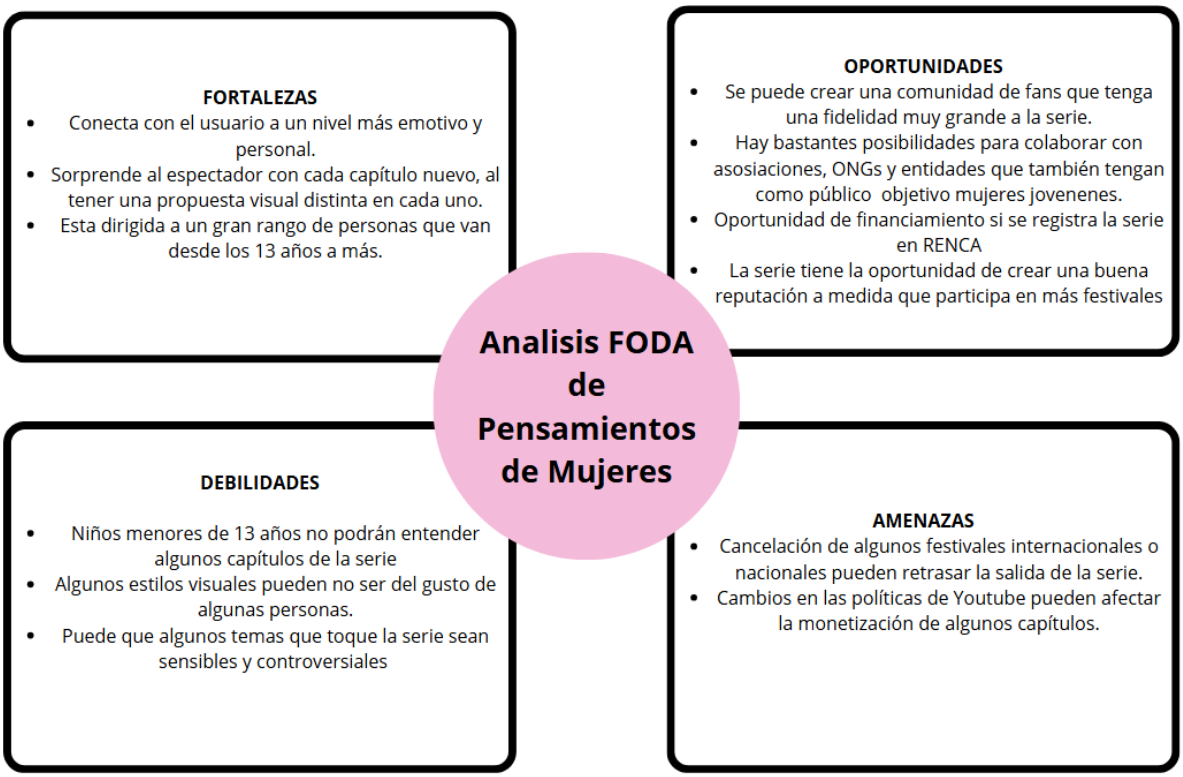
<table>
<tr><td rowspan="2">
Roberto de 18 años, estudia audiovisuales y también trabaja a medio tiempo de lunes a viernes en un Tambo.</td><td>Trabaja en atención al cliente y estudia humanidades</td><td>En relación a la propuesta</td></tr>
<tr><td>Tiene padres casados pero con un matrimonio disfuncional y vive con su mamá,papá y hermano. Se lleva bien con su padre, no se lleva muy bien con su madre porque lo para sermoneando pero le gustaría saber por qué suele estar malhumorada.
Tiene un circulo social conformado principalmente por hombres, tiene unas pocas amigas a con las que no es muy cercano y le gusta una chica.</td><td>Le duele no poder acercarse adecuadamente a la chica que le gusta.
Le duele que su madre suela estar malhumorada.
Le duele no saber por qué no es tan cercano a las mujeres que conoce, incluyendo a su madre.
También le duele que lo consideren muy sensible por su deseo de entender los sentimientos de los demás.</td></tr>
<tr><td></td><td>Usa instagram y tiktok. En instagram suele subir estados y de vez en cuando publica fotos de ella o de nuevas cosas que compra (zapatillas, posters, videojuegos, etc). Tiktok la usa más para consumir contenido de influencers de audiovisuales o comedia y también para enterarse de eventos locales o conciertos.</td><td rowspan="2">Le gustaría entender a las mujeres presentes en su vida para así formar un lazo más profundo con ellas.</td></tr>
<tr><td>No consume marcas populares o de fast fashion ya que prefiere o comprar ropa de segunda mano o directamente pequeños emprendedores. Suele comer comida organica o baja en calorías y tomar agua aunque de vez en cuando cuando sale con sus amigas come comida callejera(salchipapa/pizza/donas/corndog/etc)</td><td>En su tiempo libre le gusta salir con sus amigos o ver películas, series y cortometrajes. También ve a streamers de temas variados.</td></tr>
</table>

Se han llegado a realizar dos arquetipos de usuario para estudiar más al público al que va ir dirigido la serie. En este caso el principal serían mujeres jóvenes que busquen sentirse comprendidas y escuchadas y el secundario serían hombres jóvenes que quieran comprender más a las mujeres para así formar un mejor vínculo con ellas

2.1.2 Información sobre el Mercado

Figura 4

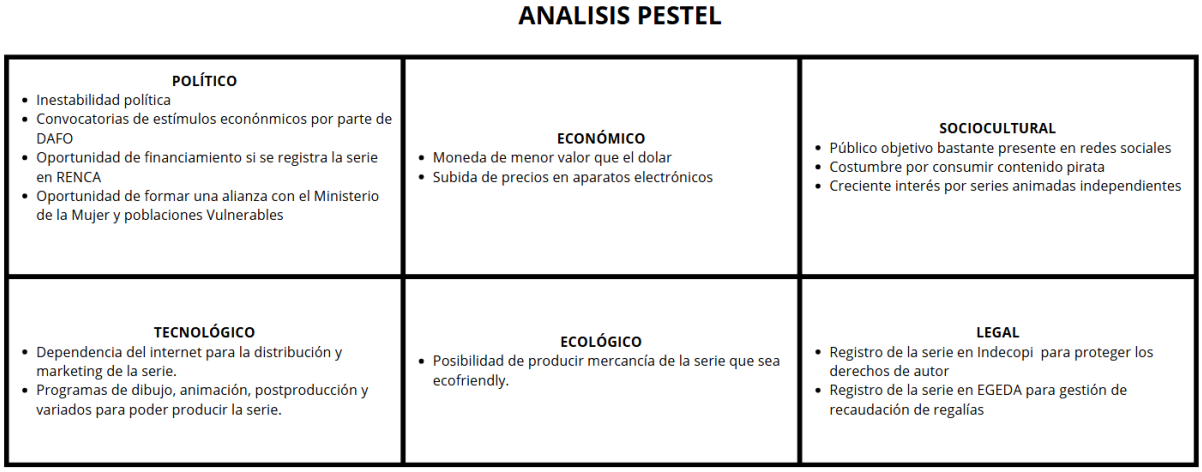
Análisis FODA



Se ha usado la herramienta del análisis FODA para ver qué fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tiene el proyecto.

Figura 5

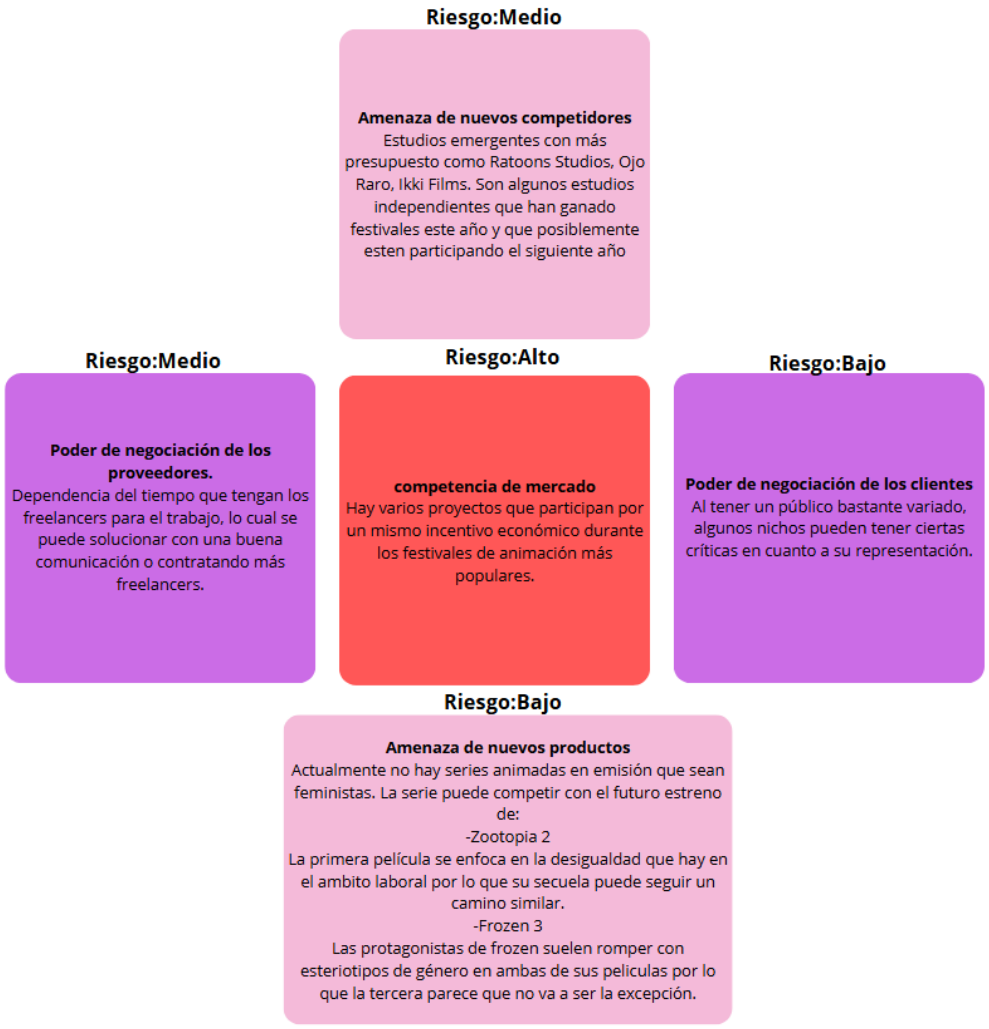
Análisis Pestel



También se hizo uso del análisis PESTEL para tener un panorama de qué cosas pueden afectar o ayudar a la propuesta referentes a lo político, económico, sociocultural, tecnológico, ecológico y legal.

Figura 6

Fuerzas de Porter

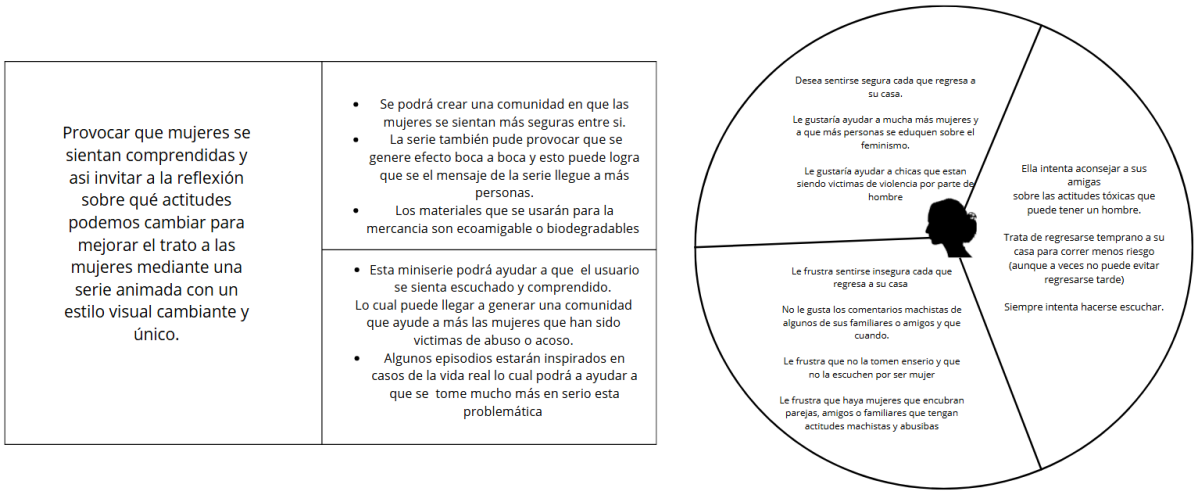


Y por último se empleó la herramienta de Fuerzas de Porter, que son 5 competencias que pueden afectar al desarrollo o distribución de la serie, se clasificaron estas fuerzas de acuerdo a cuales pueden presentar un riesgo alto, medio o bajo.

2.1.3 Concepto y Propuesta de Valor

Figura 7

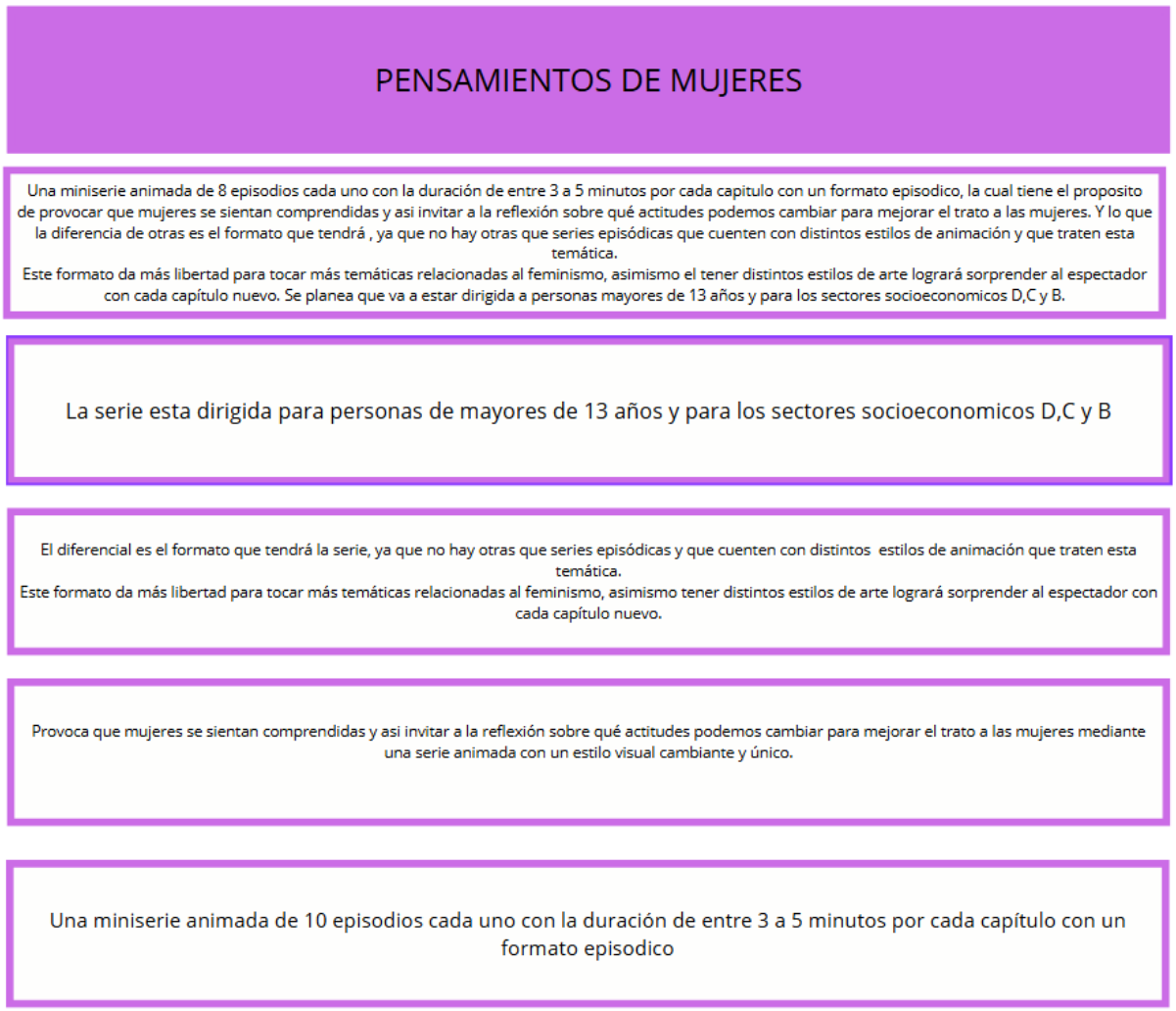
Canvas Propuesta de Valor



Se llegó a usar el canvas propuesta de valor para conectar las frustraciones, el trabajo por hacer, los beneficios que desea el usuario con la propuesta de valor, que crea beneficios y alivia sus frustraciones. Así se llega a la propuesta de valor actual de provocar que las mujeres se sientan comprendidas y así invitar a la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato a las mujeres mediante una serie animada con un estilo visual cambiante y único.

Figura 8

Ruta para Conceptualizar



También se logró usar la ruta para conceptualizar para explorar a más detalle el concepto de la propuesta de valor. Aquí se especifica lo que es, su descripción, el diferencial y quienes lo verán

2.1.4 Diseño de producto/servicio

Figura 8

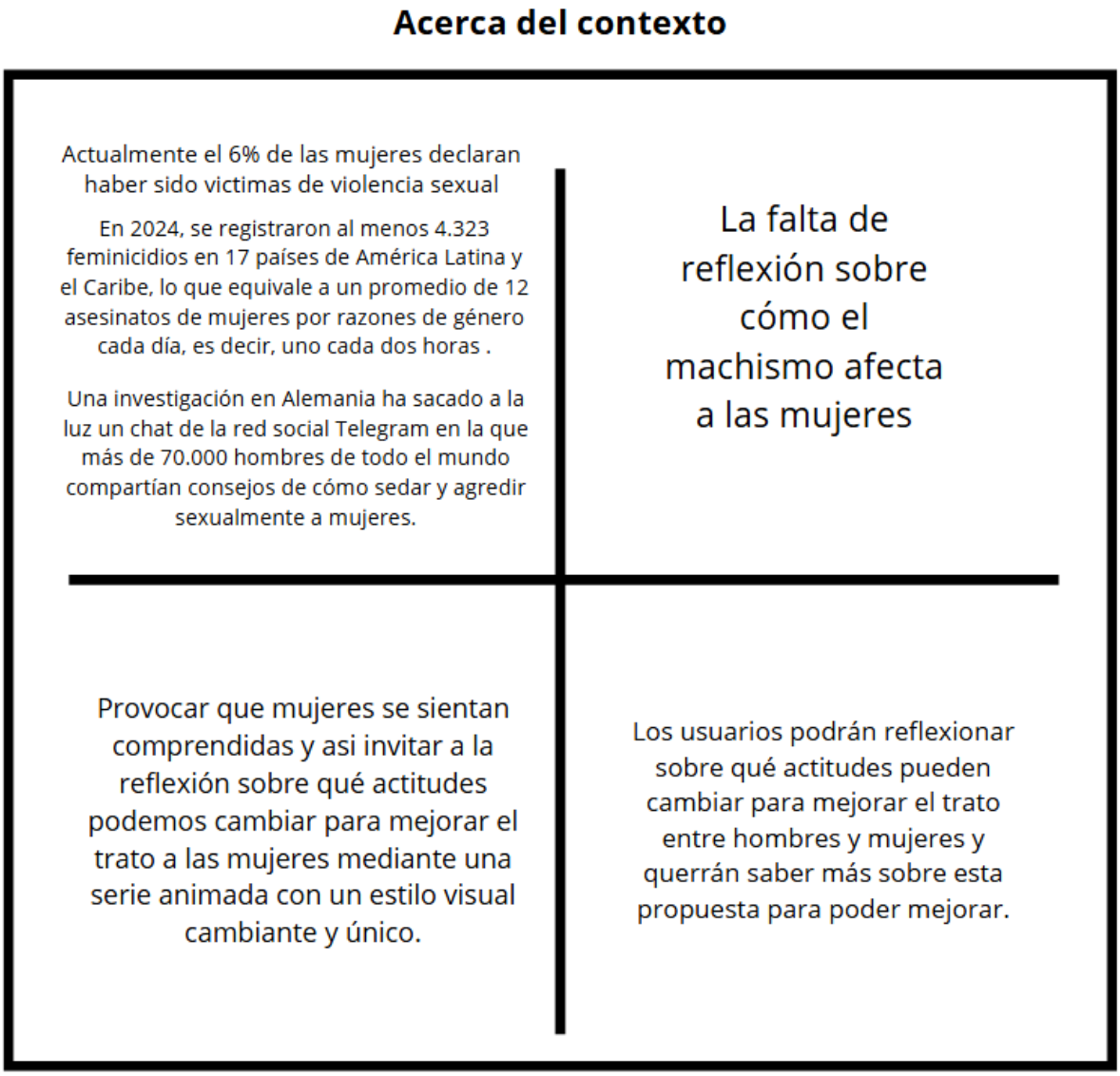
Ficha Técnica



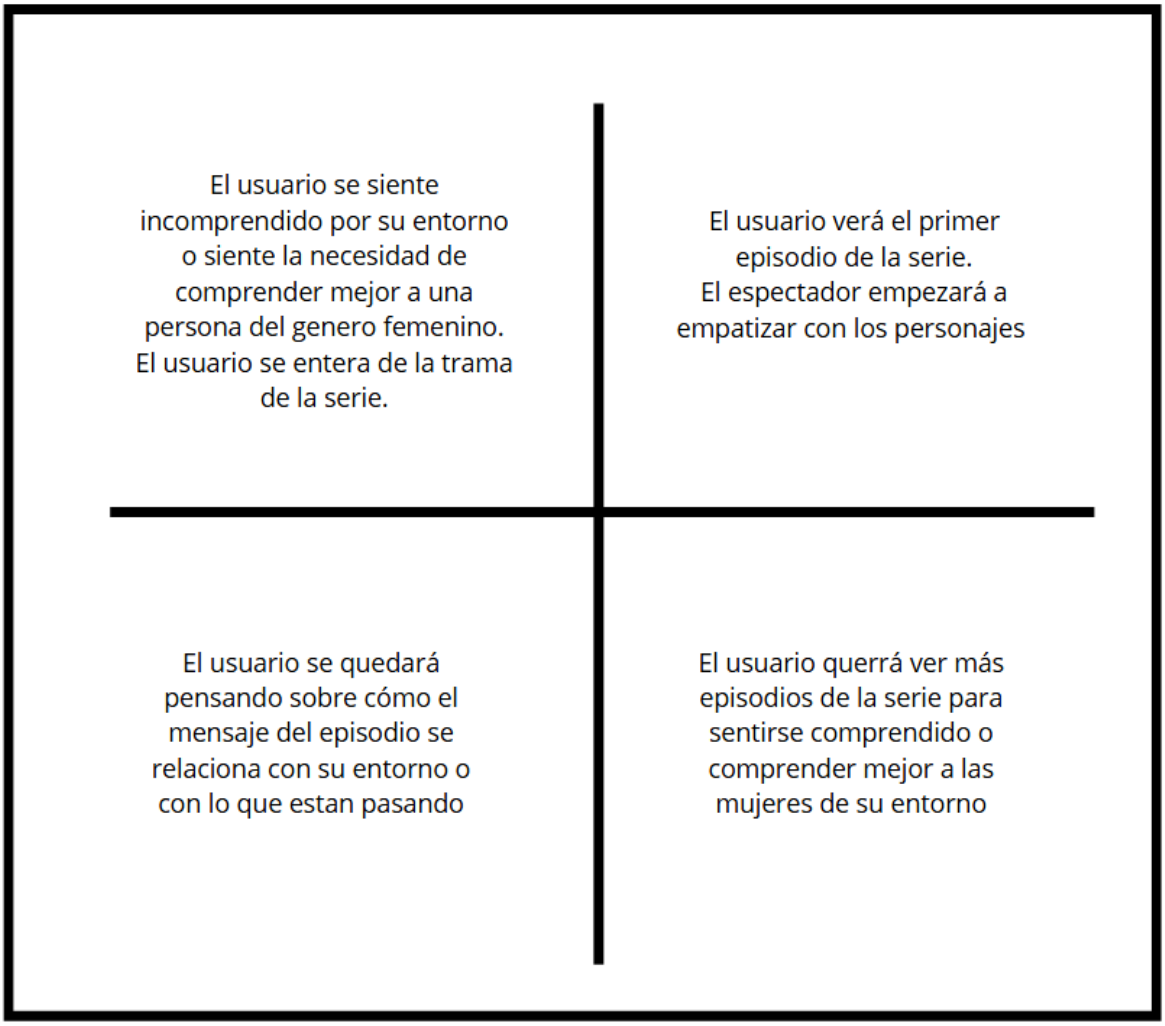
Se realizó una ficha técnica para describir de manera más exacta y técnica la serie.

Figura 9

Tablero UX



Acerca de lo diseñado

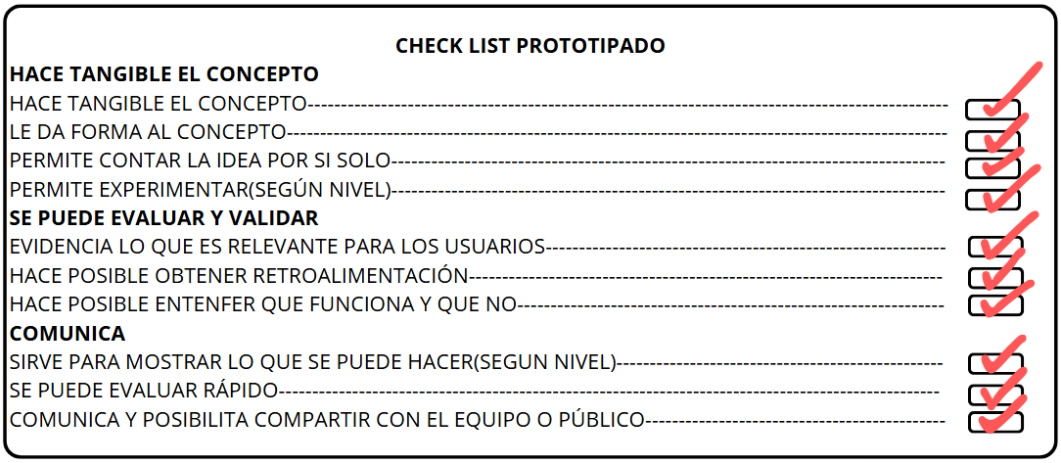


También se hizo el tablero UX para mapear cómo se va a desarrollar y describir la propuesta de valor. En el primer cuadro se da el contexto, el problema, la propuesta de solución y el desenlace. En el segundo se describe, cómo se desarrolla la propuesta de valor de inicio hasta el éxito.

Por otro lado, planteó realizar un prototipo de alta definición el cuál es un cortometraje de animación 2d que dura 1 minuto que trata sobre la mirada masculina de las mujeres versus la mirada femenina sobre ellas mismas, este prototipo tiene el mismo objetivo que la serie el cual es invitar a la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato entre hombres y mujeres.

Figura 10

Check List Prototipado



Para esto se llegó a hacer un Check List Prototipado, para asegurarnos que se cumpla con cada una de las características y como se puede ver, si cumple con estas características.

2.1.5 Modelo de Negocio

Figura 11

Modelo de Canvas de Negocios

Modelo de Canvas de Negocios

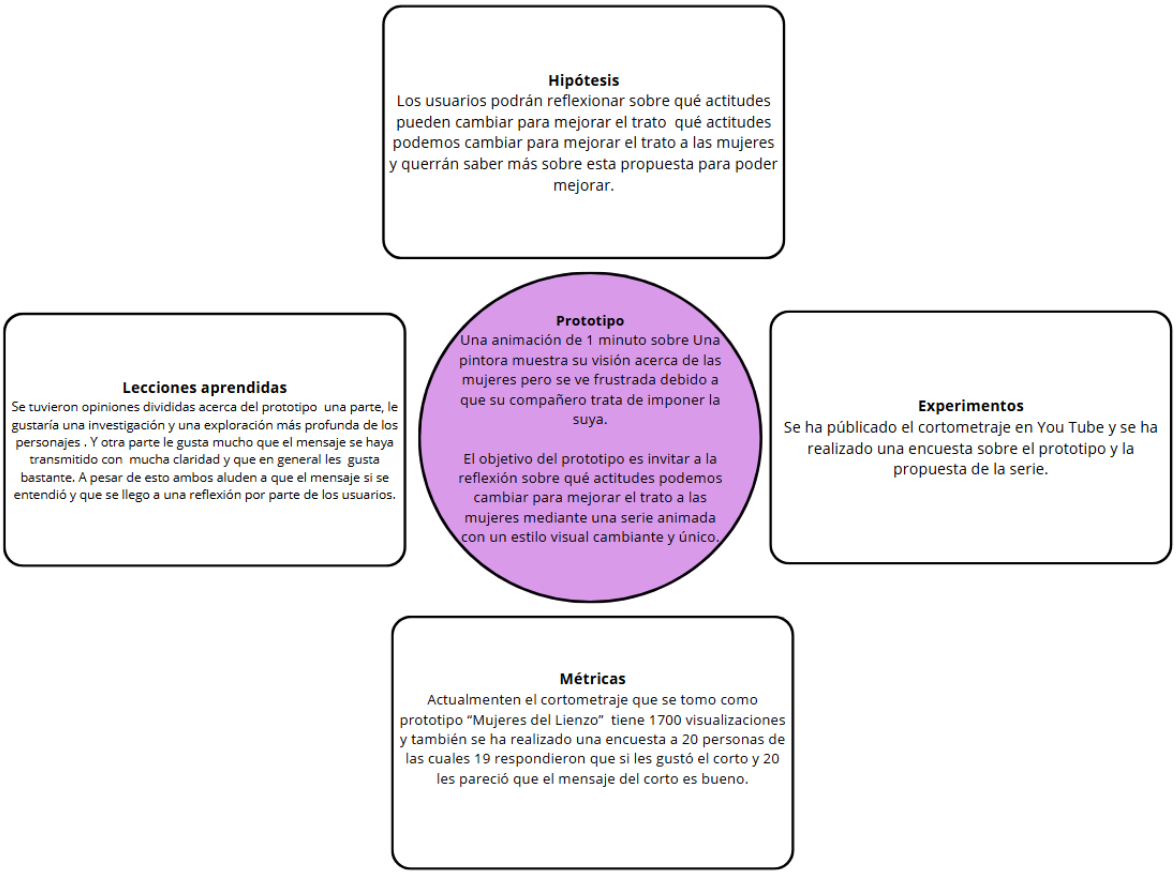
<table>
<tr>
<td rowspan="2">ALIADOS CLAVES
• Vograce
• Ministerio de la Mujer
• Red Mujer y Hábitat de América Latina
• Clip Studio
• Iberomedia
• Womanimation!
• Festival de Cortometraje Universitario Online Chilemonos
• MIANIMA
• MUMA - Mujeres en el Mundo de la Animación
• MIA- Mujeres Indust. Animación
• Todo Good</td>
<td>ACTIVIDADES CLAVE
Guión del Piloto
Campaña en redes sociales
Lanzamiento del Piloto
Crowfounding
Participación en festivales
Creación de la página web
Preproducción de la serie
Producción de la serie
Postproducción de la serie
Distribución de la serie
Venta de mercancía
Lanzamiento de los episodios</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR
Provocar que mujeres se sientan comprendidas y asi invitar a la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato a las mujeres mediante una serie animada con un estilo visual cambiante y único.</td>
<td>RELACIÓN CON LOS CLIENTES
-Interacción continua en redes sociales(Instagram y tiktok)
-Eventos virtuales y presenciales (meet and greet, conversación directa) para crear fidelidad a la serie.</td>
<td rowspan="2">SEGMENTOS DE CLIENTES
El público objetivo principal de la serie son mujeres mayores de 16-35 años de Lationoamerica que sienten una necesidad de sentirse escuchadas y comprendidas.
El público objetivo secundario de la serie son hombres mayores de 13 años de Lationoamerica que sienten una necesidad de comprender más a las mujeres de su entorno</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVE
Laptop o computadora o Tablet
Conexión a internet
Clip Studio Paint
Ko-Fi
Adobe Premiere
Canva
Google Drive
Click up
Hojas de Calculo de Google
Freelancers</td>
<td>CANALES
El canal principal en el que se podrá ver la serie será Youtube y Netflix.
Los anuncios y la mayor parte de la interacción con el público serán por instagram y tiktok.</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Estructuras de Costos
Costes fijos:
Luz
Internet
Equipo creativo(Director, Productor, Asistente de producción)
Costes de producción:
Porducción de la serie(Pre producción, producción,postproducción)
Producción de la mercancía de la serie(Llaveros de madera, totte bags, stickers y posters)
Costes variables
Marketing
Costes indirectos
Festivales de Animación
Material para la venta en las ferias(Organizadores, tela, rejillas, Decoraciones)</td>
<td colspan="3">Flujo de Ingresos
Venta de Merchadising(Yape, Plin, Pay Pal, Ko Fi)
Crowfounding (Yape, Plin, Pay Pal, Ko Fi)
Netflix(Contrato en el cual se pacta la compra por parte de los derechos de distribución y los residuales trimestrales)
Youtube(Ingresos por la cantidad de vistas y tiempo de retención que tienen los episodios)</td>
</tr>
</table>

Este es el tablero de modelo de negocios en el cual se ven distintas áreas como la propuesta de valor, la relación con los clientes, los canales que se van a usar, el segmento de clientes, los aliados clave y la estructura de costos que se separó en costos fijos, costos de producción, costos variables y costos indirectos, por último está el flujo de ingresos en el cual se mapea cuales serían los métodos que se usarán para generar una ganancia. Como se puede ver este canvas sirve como guía para poder concretar la serie en un futuro.

2.1.6 Resultados esperados

Figura 12

Experimentación Ágil

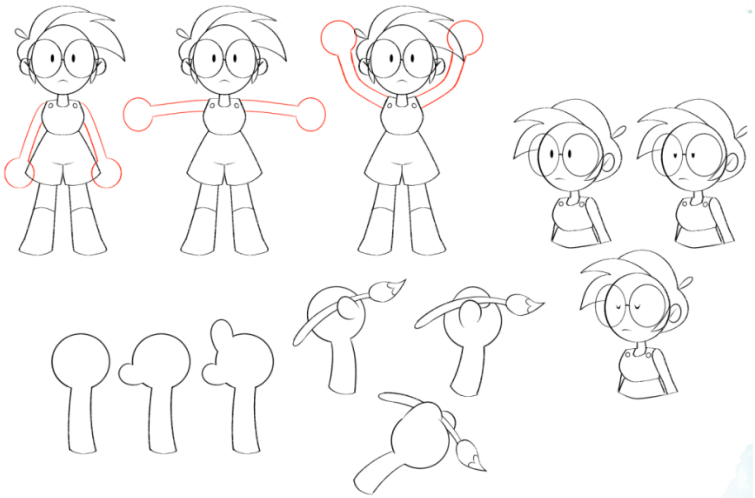


Se estableció el esquema de Experimentación Ágil el cual permite ver la hipótesis, los experimentos que se realizaron, las métricas y las lecciones aprendidas que se tienen del prototipo y las encuestas.

2.1.7 Prototipos desarrollados

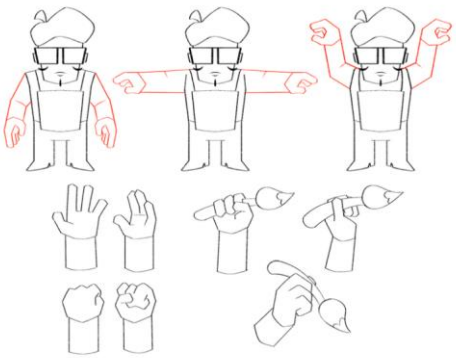
Proceso de desarrollo del prototipo

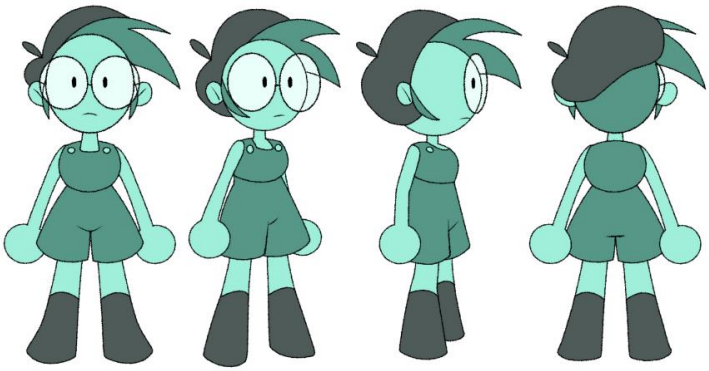
Antes de finalizar el prototipo, se pasó por un proceso el cual abarca el guión, el arte conceptual, el storyboard, la animación, la post-producción y la musicalización del corto. Las imágenes que se van a presentar a continuación son pruebas de que se realizó todo este proceso.

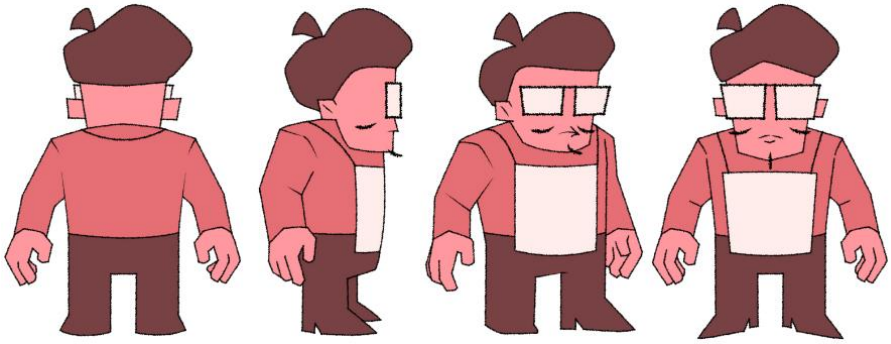


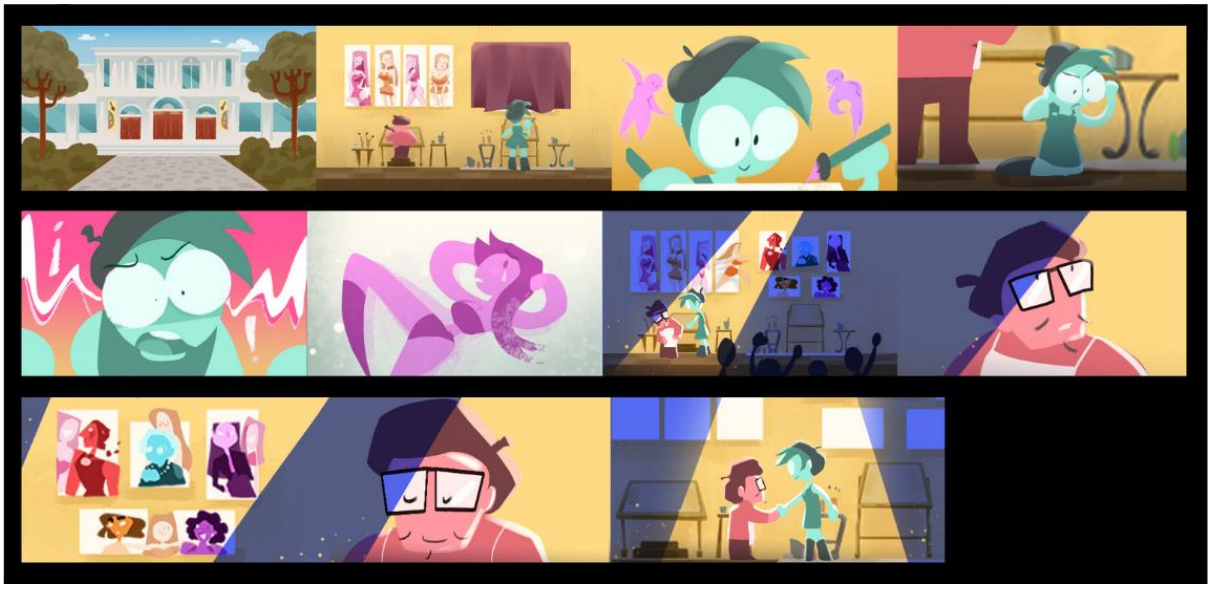




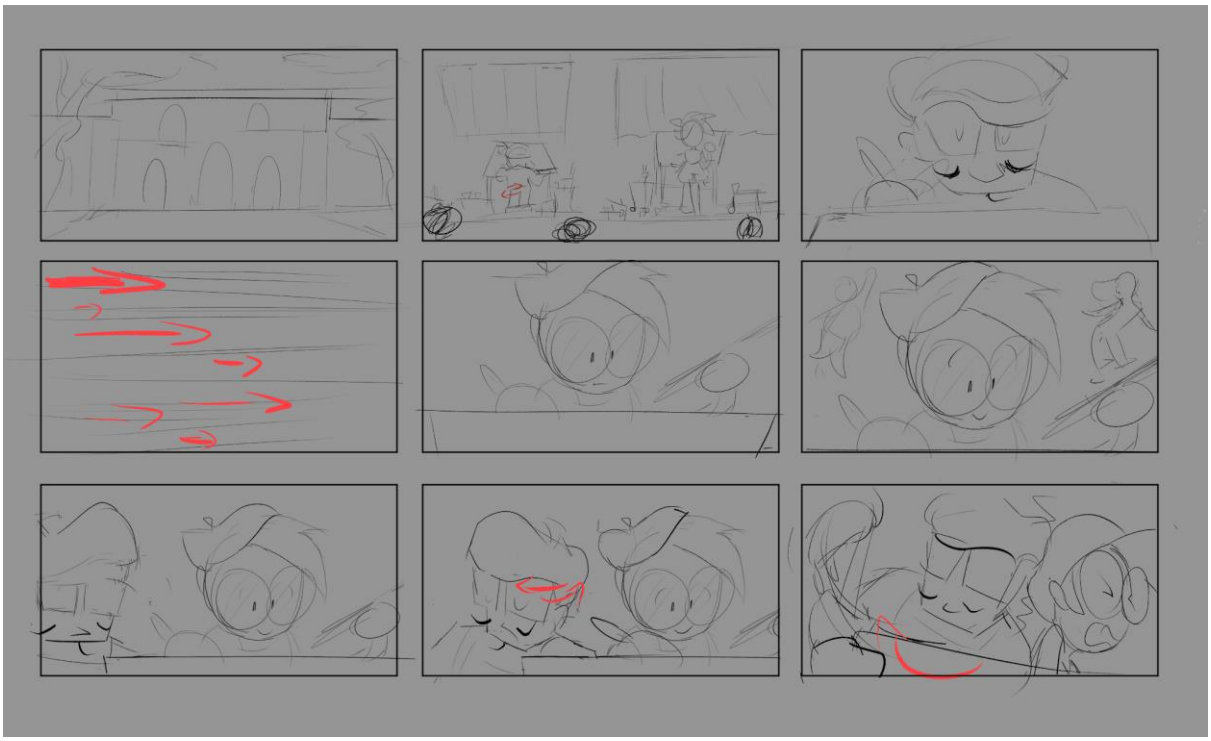


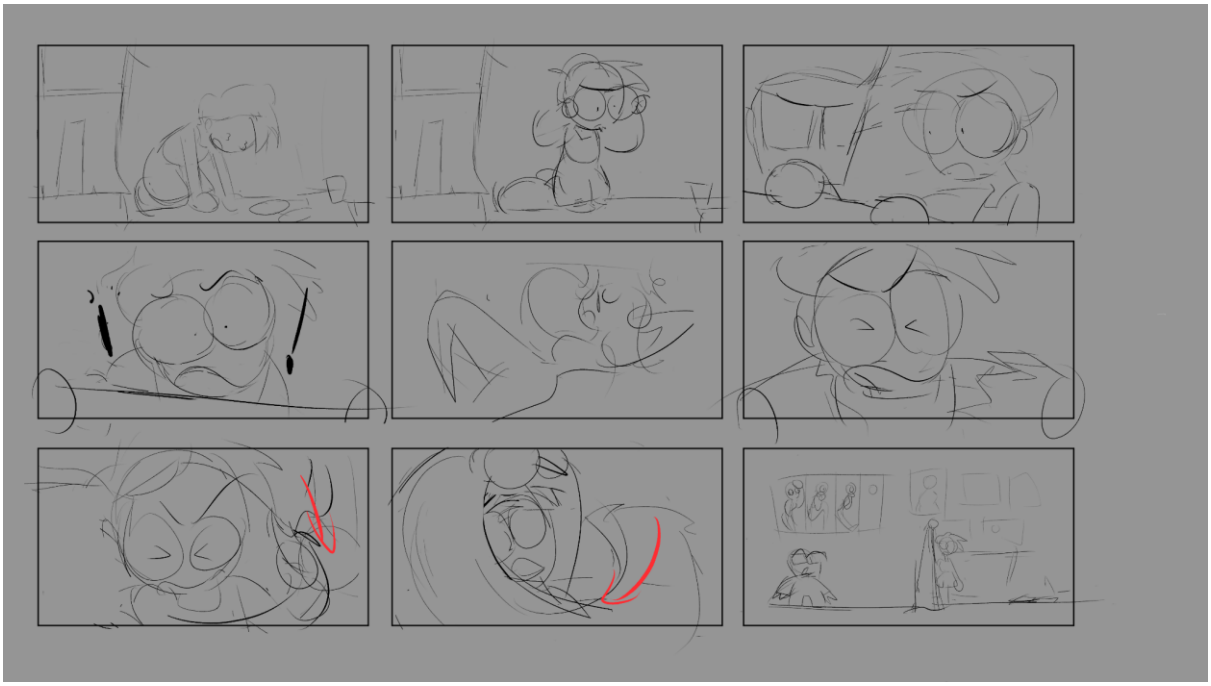




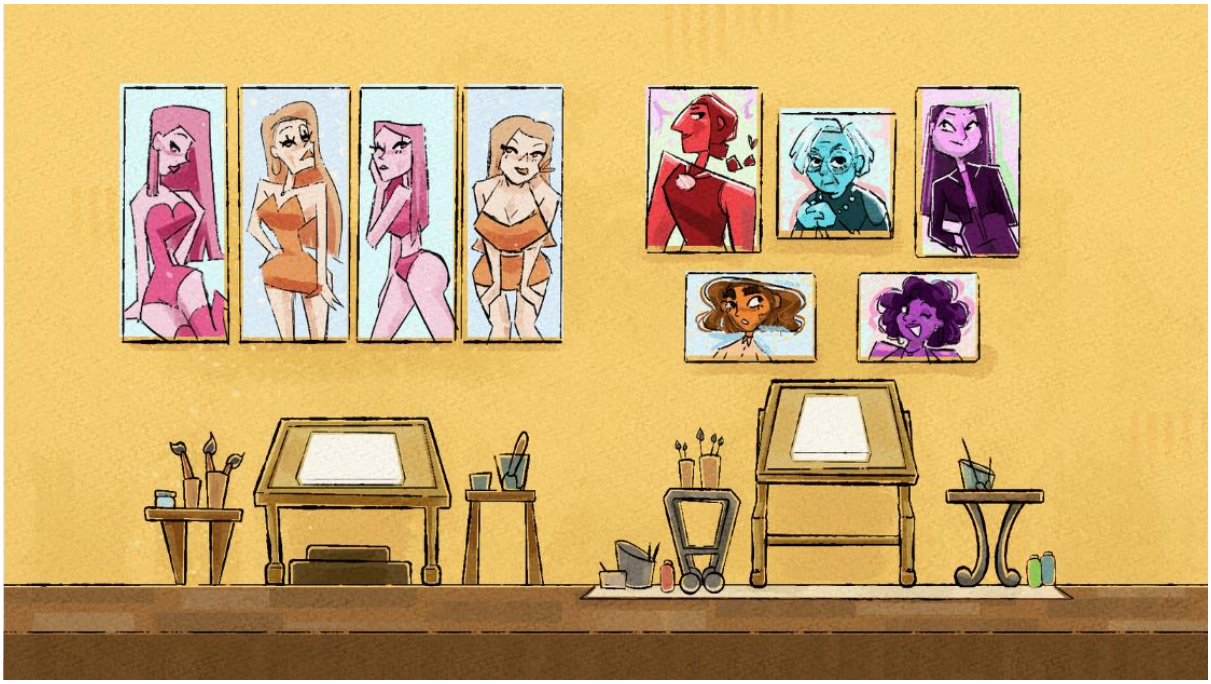









Mujeres de
Lienzo
Creditos
jajaja





Prototipo completo

Por último este es el prototipo completo el cual se puede visualizar por Youtube.



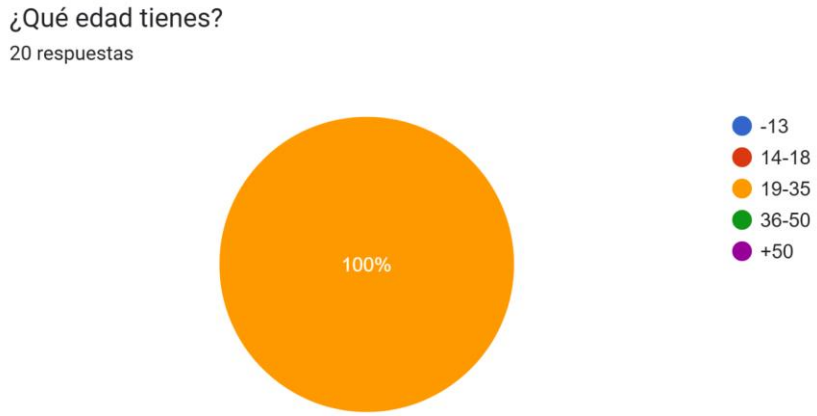
https://youtu.be/sZD5vZ77FRE?si=GCy5o0ht5B56_1IT

2.1.8 Experimentos

Como experimento se realizó una encuesta la cual fue resuelta por 20 personas que evidencia el gran interés por parte del usuario hacia la serie.

Figura 13

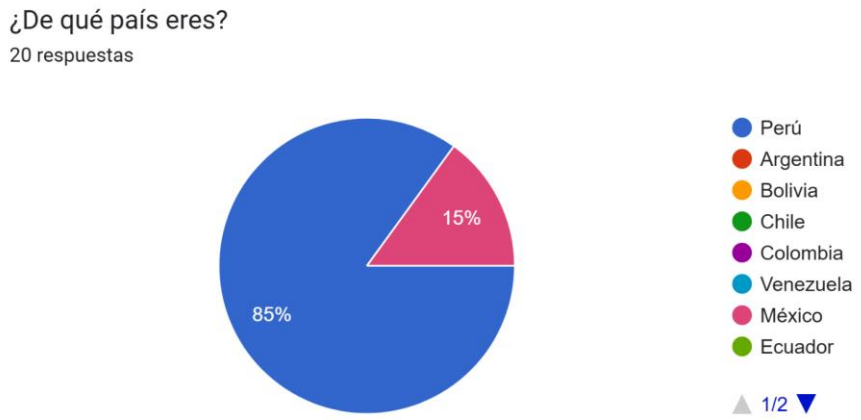
Encuesta (Pregunta 1)



Las 20 personas encuestadas rondan una edad de entre 19 a 35 años.

Figura 14

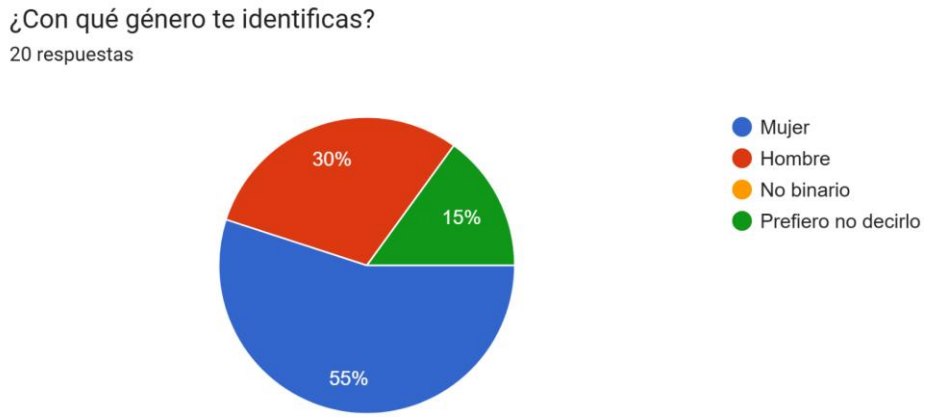
Encuesta (Pregunta 2)



El 85% de las personas encuestadas son de Perú y el 15% son de México.

Figura 15

Encuesta (Pregunta 3)



El 55% de los encuestados son de género femenino, el 33% son hombres y 15% prefiere no decirlo.

Figura 16

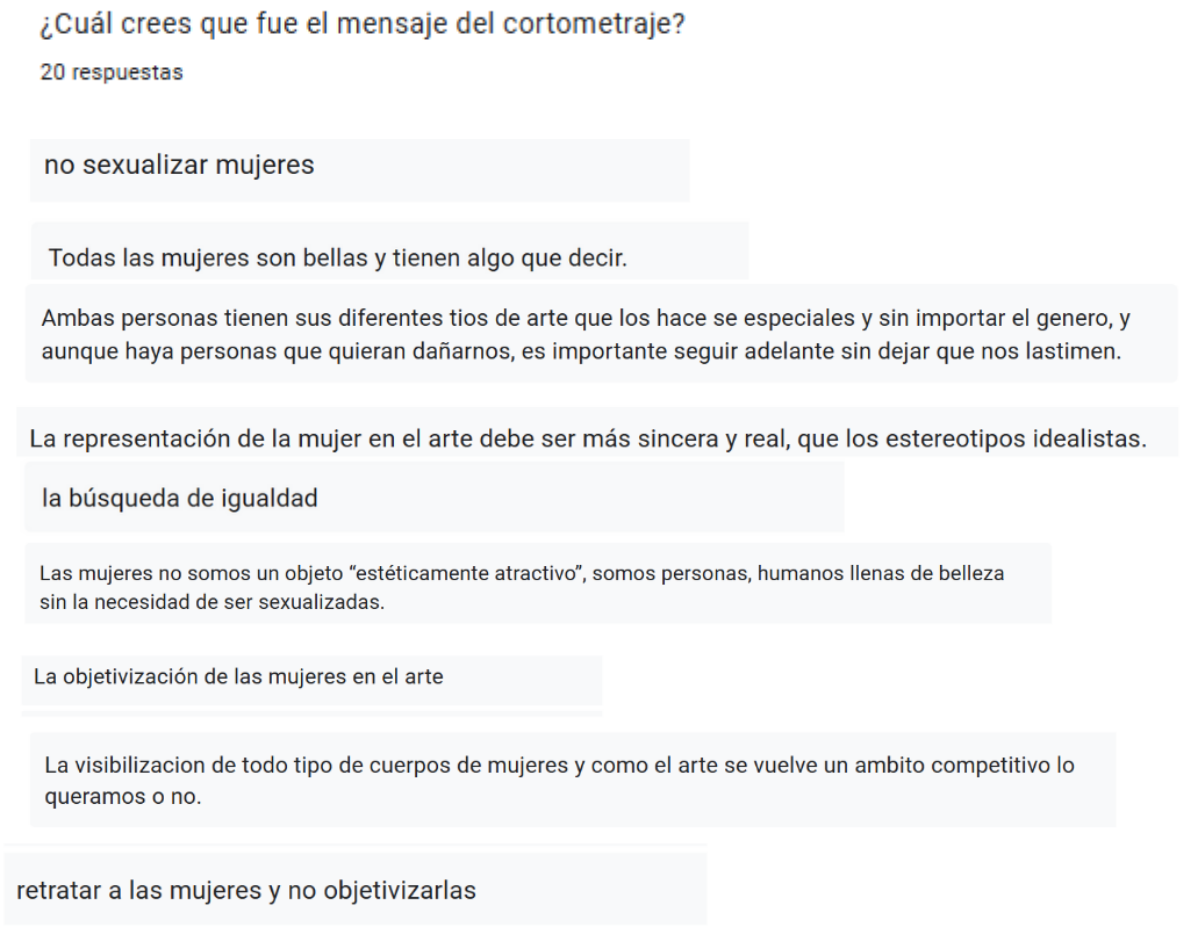
Encuesta (Pregunta 4)



Al 95% de los encuestados les gustó el cortometraje.

Figura 17

Encuesta (Pregunta 5)



Que hay que aceptar la feminidad en su diversidad.

Respeto al trabajo de otros, sobre todo entre géneros

transmite un poderoso mensaje sobre la visibilización y el reconocimiento de las mujeres en el arte. A través de una narrativa simbólica, muestra cómo las mujeres no solo han sido parte del lienzo como musas, sino que también son creadoras capaces de pintar su propia historia. El corto celebra su talento, su voz y su capacidad para transformar el mundo artístico, destacando la importancia de romper con estructuras tradicionales y abrir espacio a una expresión femenina libre y reconocida.

Sobre compartir, apreciar y respetar la vision de las artistas femeninas que suelen ser opacadas por la interpretación del hombre.

La percepción errónea que tienen algunos hombres sobre las mujeres (como objeto sexual)

El hecho de que no es importante sexualizar o cosificar el arte para que sea considerado bueno o más aceptado.

A veces las mujeres tienen sus ideas silenciadas por la sociedad patriarcal en la que vivimos

La exposición del arte con la perspectiva femenina y como una las mujeres expresamos nuestra propia representación

Sobre compartir, apreciar y respetar la vision de las artistas femeninas que suelen ser opacadas por la interpretación del hombre.

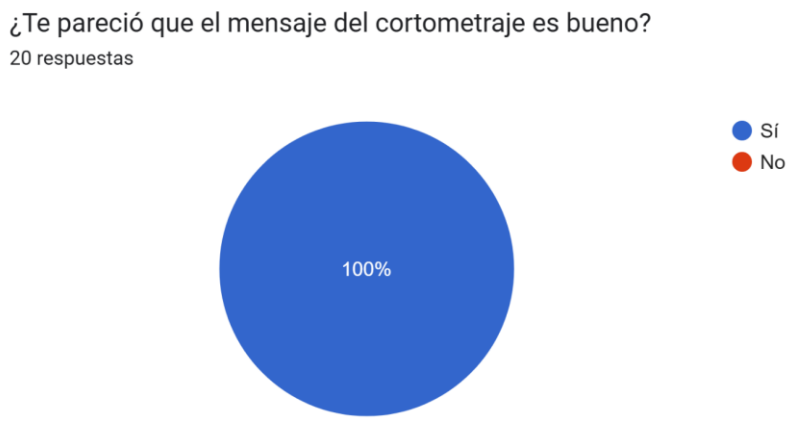
La representación femenina y su diferencia entre la mirada femenina y masculina

Cómo lograr un punto medio entre las mujeres y hombres dentro de la industria de la animación.

Las respuestas a estas preguntas revelan una gran reflexión sobre la temática del corto por parte de los encuestados

Figura 18

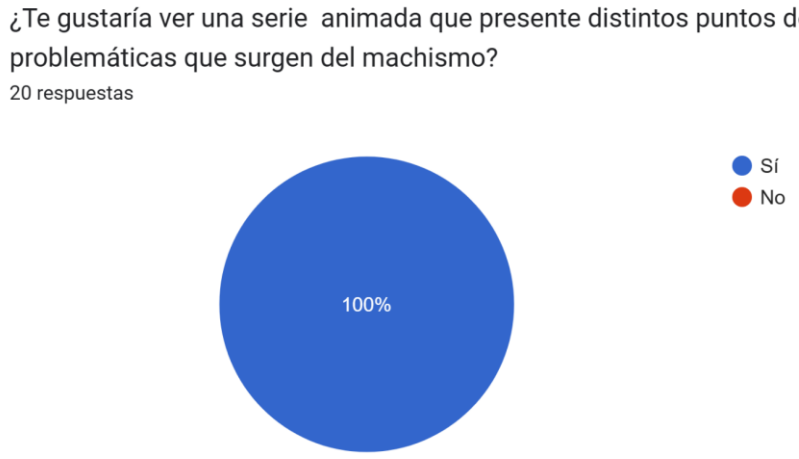
Encuesta (Pregunta 6)



El 100% de los encuestados, es decir los 20 encuestados, les parece que el mensaje del cortometraje fue bastante bueno.

Figura 19

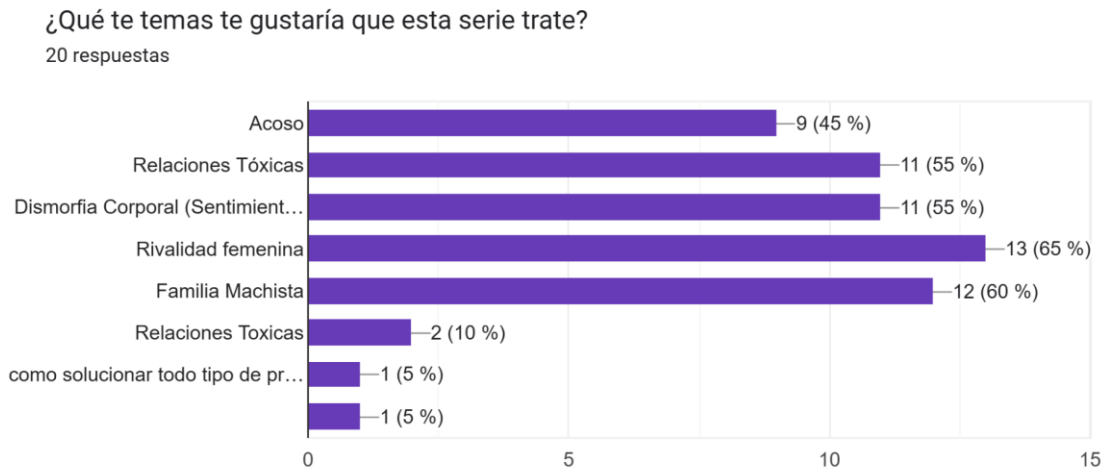
Encuesta (Pregunta 7)



Al 100% de los encuestados les gusta la idea de ver una serie animada que presenta distintos puntos de vista femeninos respecto a problemáticas que surgen del machismo.

Figura 20

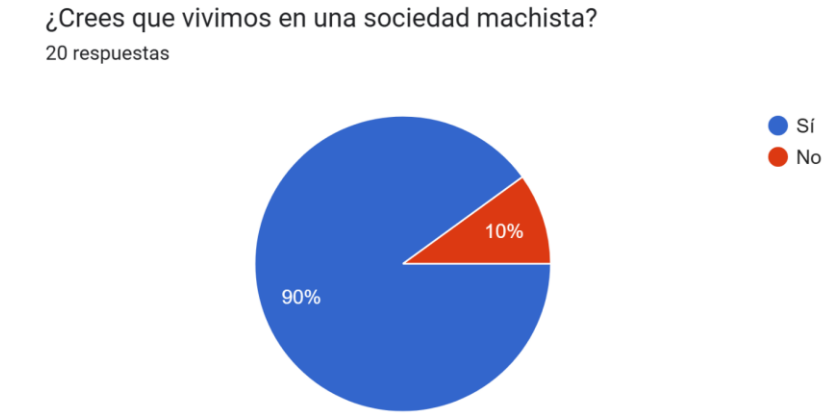
Encuesta (Pregunta 7)



Los temas que más les gustarían ver en la serie son familia machista y rivalidad femenina.

Figura 21

Encuesta (Pregunta 8)



El 90% de los encuestados cree que vivimos en una sociedad machista

Figura 22

Encuesta (Pregunta 9)



El 95% de los encuestados le preocupa que este problema siga presente en nuestra sociedad o empeore.

Figura 23

Encuesta (Pregunta 10)



100% de los encuestados creen que los medios de comunicación pueden influir en cómo las mujeres se perciben a sí mismas.

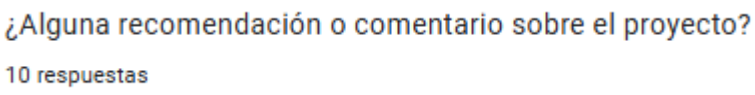


Figura 24

Encuesta (Pregunta 11)

Pueden mejorar en composición escénica y el acting, para comprender mejor la historia sin dialogos.

Claridad en el mensaje. Más exploración en el sentir de ambos personajes

Investigación profunda sobre las diferentes ramas del feminismo desde las mas antiguas hasta las radicales. Las temáticas que están tocando arriba tienen como eje central el machismo sí, pero va mucho más profundo que eso. Va de un sistema capitalista falocentrista que ha estado instaurado desde el inicio de los tiempos y que es casi imposible cambiar porque la mayor parte de los medios capitalistas y consumistas son manejados por hombres y mujeres machistas que idolatran esta jerarquia de poder. Tratar de la dismorfia es hablar sobre como la moda que, a pesar de ser relacionada para la "mujer", es manejada por una industria machista que ha instaurado un estandar de belleza especifico y la esclavitud de miles de mujeres chinas detras de los grandes centros comerciales y tambien retails online como shein o temu. Hablar sobre acoso es hablar sobre un voto silencioso que tienen la mayor parte de los hombres (hablen con cualquiera que no sea de su circulo cercano, ni de animacion, hombres de la calle) para poder taparse la boca ante la cantidad de acoso sexual tanto laboral como callejero, como siempre la ley va a estar de parte del hombre y no de la mujer. Como el cuerpo de la mujer siempre va a estar degradado a nada (Caso de la mujer incubadora en USA, un cadaver que fue obligado a dar a luz a un bebe porque el estado le prohibio el aborto a pesar que la mujer tenía muerte cerebral). La rivalidad femenina que es, basicamente, instaurada por el sistema patriarcal inculcado cuando somos niñas. No nos enseñan a hacer amigas, sino a competir contra ellas y eso es algo que se transfiere de abuela a madre a hija, es una herencia de violencia familiar que viene de una enseñanza patriarcal.

Si bien el corto no es malo, siento que tenia un estilo derivativo y un guion bastante apurado y obvio. Si se le hubiese dado el tiempo al equipo a desarrollarlo correctamente (no dentro de las restricciones absurdas del jam) se habria podido lograr un resultado mucho mas solido

Usar diálogos

Estuvo muy bueno y visualmente lindo, creo que el mensaje fue lo suficientemente directo y entendible para cualquier tipo de público, genial :)

No tengo comentarios al respecto, pienso que el mensaje se plasma muy clara y funcional sin ningún tipo de diálogo en elllo. Tengo curiosidad de cómo se va desarrollar los otros temas propuestos mediante acciones o ilustraciones abstractos.

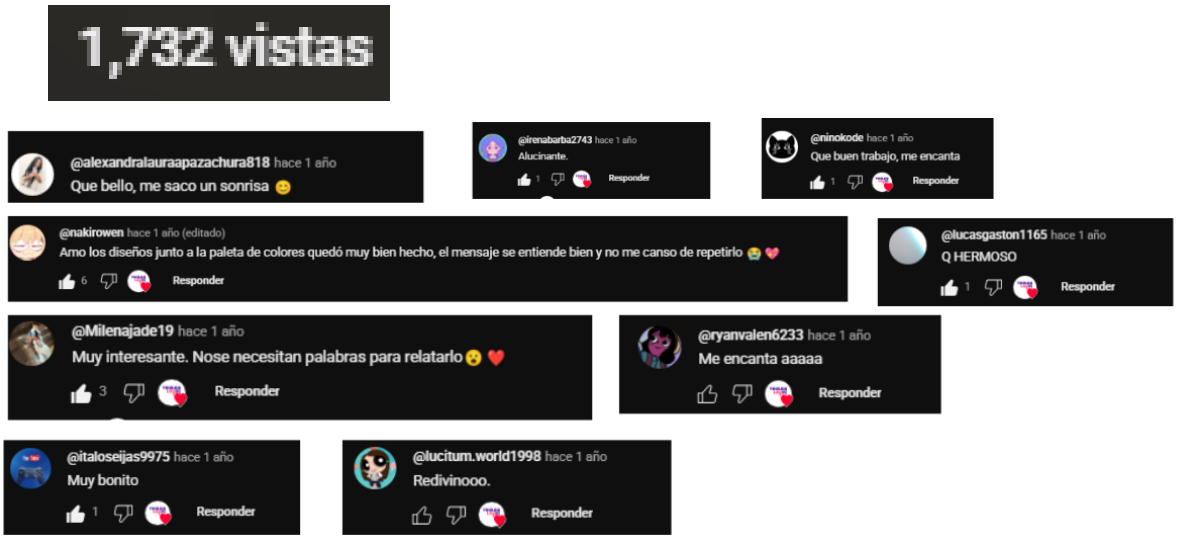
Si necesitan ayuda, soy una artista y escritora que puede ayudarles en su proyecto :3
https://ramecomics.carrd.co/

Me gustó mucho el estilo!

Los comentarios de la encuesta revelaron que sí hay cosas por mejorar, en cuanto a la profundidad e investigación que se le pueden dar a los personajes, otros comentarios

aluden a que les gusta la claridad con la que se da el mensaje o piensan que el corto está perfecto como está.

Comentarios y visitas de Youtube



En cuanto a los comentarios que hay en el video de Youtube todos parecen estar bastante satisfechos con el prototipo.

2.1.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Modelo de Canvas de Negocios

<table>
<tr>
<td rowspan="2">ALIADOS CLAVES
• Vograce
• Ministerio de la Mujer
• Red Mujer y Hábitat de América Latina
• Clip Studio
• Iberomedia
• Womanimation!
• Festival de Cortometraje Universitario Online Chilemonos
• MIANIMA
• MUMA - Mujeres en el Mundo de la Animación
• MIA- Mujeres Indust. Animación
• Todo Good</td>
<td>ACTIVIDADES CLAVE
Guión del Piloto
Campaña en redes sociales
Lanzamiento del Piloto
Crowfounding
Participación en festivales
Creación de la página web
Preproducción de la serie
Producción de la serie
Postproducción de la serie
Distribución de la serie
Venta de mercancía
Lanzamiento de los episodios</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR
Provocar que mujeres se sientan comprendidas y asi invitar a la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato a las mujeres mediante una serie animada con un estilo visual cambiante y único.</td>
<td>RELACIÓN CON LOS CLIENTES
-Interacción continua en redes sociales(Instagram y tiktok)
-Eventos virtuales y presenciales (meet and greet, conversación directa) para crear fidelidad a la serie.</td>
<td rowspan="2">SEGMENTOS DE CLIENTES
El público objetivo principal de la serie son mujeres mayores de 16-35 años de Lationoamerica que sienten una necesidad de sentirse escuchadas y comprendidas.
El público objetivo secundario de la serie son hombres mayores de 13 años de Lationoamerica que sienten una necesidad de comprender más a las mujeres de su entorno</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVE
Laptop o computadora o Tablet
Conexión a internet
Clip Studio Paint
Ko-Fi
Adobe Premiere
Canva
Google Drive
Click up
Hojas de Calculo de Google
Freelancers</td>
<td>CANALES
El canal principal en el que se podrá ver la serie será Youtube y Netflix.
Los anuncios y la mayor parte de la interacción con el público serán por instagram y tiktok.</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Estructuras de Costos
Costes fijos:
Luz
Internet
Equipo creativo(Director, Productor, Asistente de producción)
Costes de producción:
Porducción de la serie(Pre producción, producción,postproducción)
Producción de la mercancía de la serie(Llaveros de madera, totte bags, stickers y posters)
Costes variables
Marketing
Costes indirectos
Festivales de Animación
Material para la venta en las ferias(Organizadores, tela, rejillas, Decoraciones)</td>
<td colspan="3">Flujo de Ingresos
Venta de Merchadising(Yape, Plin, Pay Pal, Ko Fi)
Crowfounding (Yape, Plin, Pay Pal, Ko Fi)
Netflix(Contrato en el cual se pacta la compra por parte de los derechos de distribución y los residuales trimestrales)
Youtube(Ingresos por la cantidad de vistas y tiempo de retención que tienen los episodios)</td>
</tr>
</table>

Figura 24

Lean Canvas

Lean Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">PROBLEMA
1. La falta de reflexión sobre cómo el machismo afecta a las mujeres
2. Familia Machista.
3. Relaciones Tóxicas</td>
<td>SOLUCIÓN
Una mini serie animada de 8 episodios que invita a la reflexión sobre la desigualdad y comprende al espectador que esta siendo afectado por esta problemática.</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR ÚNICA
Provocar que mujeres se sientan comprendidas y asi invitar a la reflexión sobre qué actitudes podemos cambiar para mejorar el trato a las mujeres mediante una serie animada con un estilo visual cambiante y único.</td>
<td>Ventaja Especial
• Propuesta visual única y cambiante que permite al espectador conectar emocionalmero con los personajes de la serie.
• Formato episódico permite explorar más a más detalle sobre las distintas problemáticas que surgen de de La falta de reflexión sobre la igualdad de género.</td>
<td rowspan="2">SEGMENTOS DE CLIENTES
• El público objetivo principal de la serie son mujeres mayores de 16-35 años de Lationoamerica y España que sienten una necesidad de sentirse escuchadas y comprendidas.
• El público objetivo secundario de la serie son hombres mayores de 16 a 35 años de Lationoamerica y España que sienten una necesidad de comprender más a las mujeres de su entorno.</td>
</tr>
<tr>
<td>MÉTRICAS CLAVE
• Gráficos de las encuestas
• Cantidad de visualizaciones por episodio
• Taza de retención
• Cantidad de compras de la mercancía por més</td>
<td>CANALES
• El canal principal en el que se podrá ver la serie será Youtube y Netflix.
• Los anuncios y la mayor parte de la interacción con el público serán por instagram y tiktok.</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Estructuras de Costos
Costes fijos:
Luz
Internet
Equipo creativo(Director, Productor, Asistente de producción)
Costes de producción:
Porducción de la serie(Pre producción, producción,postproducción)
Producción de la mercancía de la serie(Llaveros de madera, totte bags, stickers y posters)
Costes variables
Marketing
Costes indirectos
Festivales de Animación
Material para la venta en las ferias(Organizadores, tela, rejillas, Decoraciones)</td>
<td colspan="3">Flujo de Ingresos
Venta de Merchadising(Yape, Plin, Pay Pal, Ko Fi)
Crowfounding (Yape, Plin, Pay Pal, Ko Fi)
Netflix (Contrato en el cual se pacta la compra por parte de los derechos de distribución y los residuales trimestrales)
Youtube(Ingresos por la cantidad de vistas y tiempo de retención que tienen los episodios)</td>
</tr>
</table>

Se hizo uso del Lean Canvas para resumir todo el proyecto en esta tabla se puede ver la propuesta de valor única, la solución, los problemas , métricas clase, ventaja especial, el segmento de clientes, la estructura de costos y el flujo de ingresos.

III. Estimación de costos

Presupuesto

Se ha hecho un presupuesto para estimar los costos, gastos, ventas, margen y utilidad de toda la serie. Los tres ingresos importantes que tendrá la serie serían la mercancía también ayuda a los ingresos de esta. Las ganancias de Youtube son por las vistas, las ganancias pueden variar pero para hacer un aproximado, de cada 1000 vistas se puede ganar 70 soles (Google AdSense - Genera Ingresos de Tu Sitio Web Con la Monetización, s. f.), por lo que se proyecta llegar a más de un millón de vistas para generar ingresos de más de S/5600 por cada episodio. Por otro lado los ingreso por parte de Netflix son mediante un acuerdo en cuál Netflix compra toda la serie en un solo pago y le continúa pagando a los creadores con residuales, los cuales son pagos trimestrales y que generalmente se basan en porcentaje de ingresos o en tarifas fijas por episodio o en tiempo de emisión. En este caso sería una

tarifa fija por episodio. Asimismo también se buscará recurrir a otras entidades para la financiación de la serie.

Tabla 1

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bwpfZgzSDuoYDCUVX7wLuY-bW-t2GmqY/edit?usp=sharing&ouid=116564896891759235893&rtpof=true&sd=true

Figura 25

Gráfico Torta de la distribución de los ingresos obtenidos

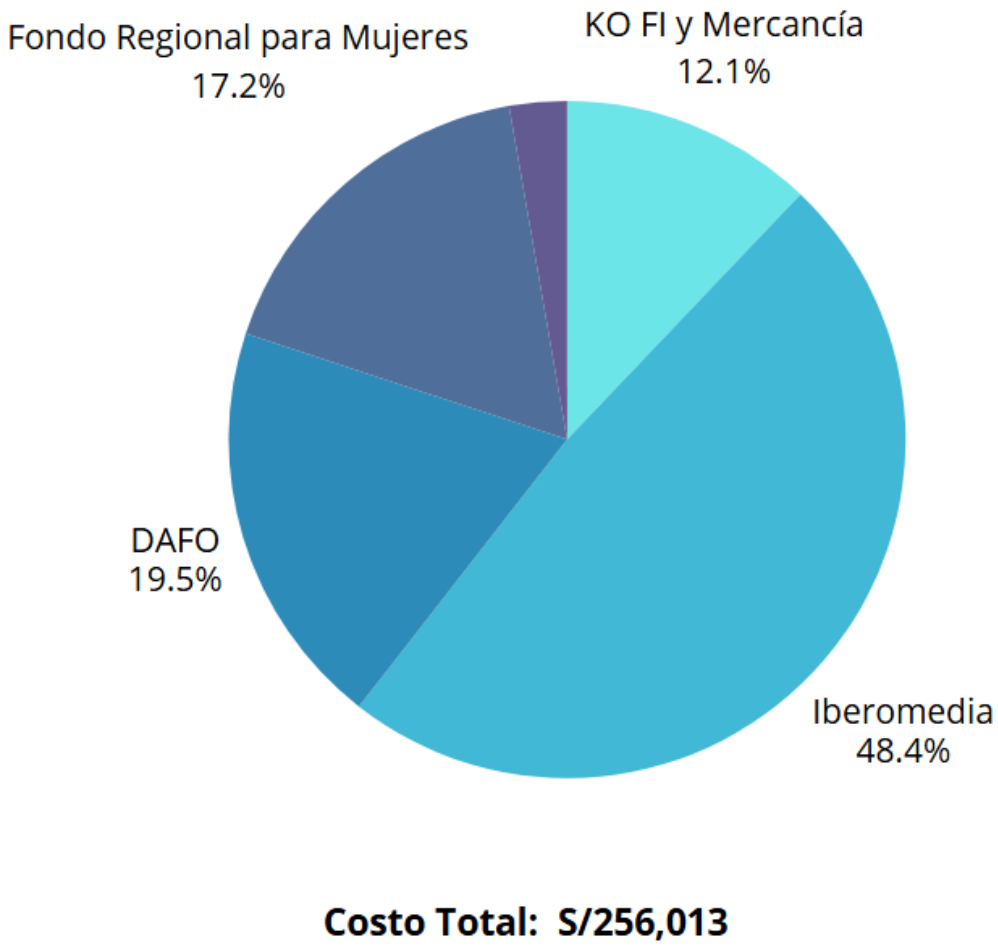
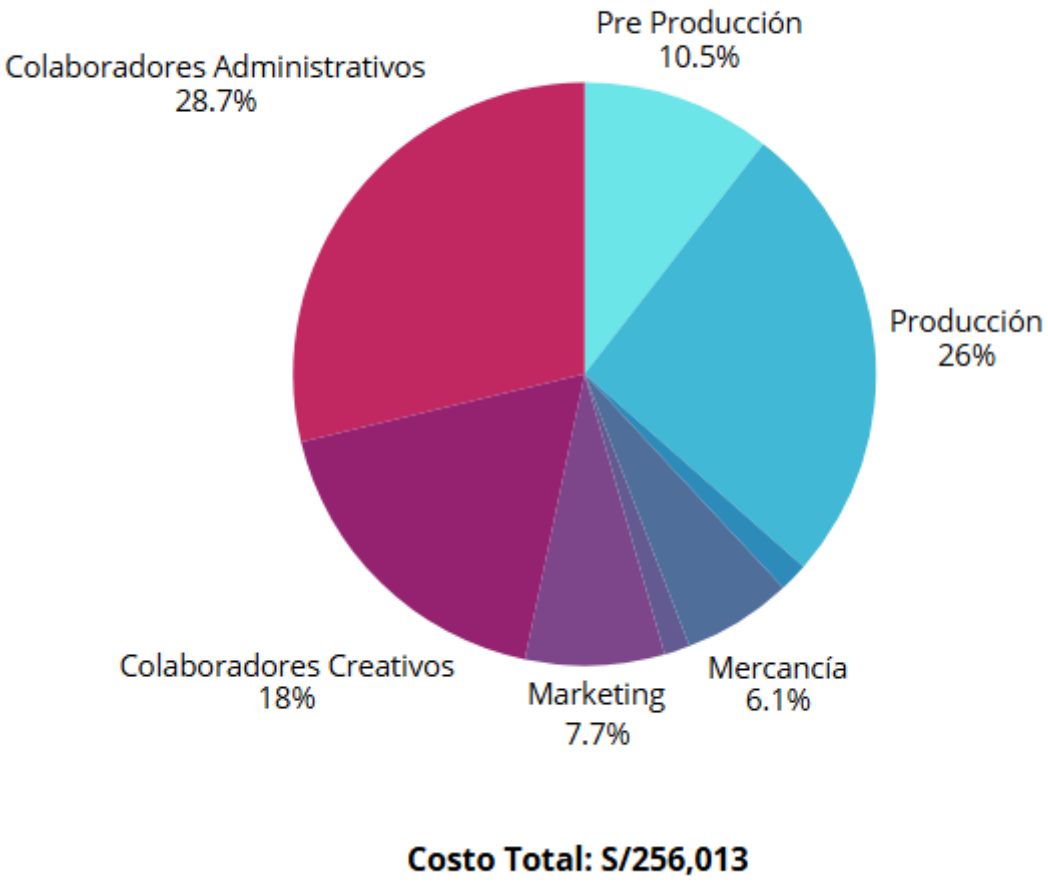


Figura 26

Gráfico Torta de la distribución de egresos



IV. Conclusiones y recomendaciones

3.1 Conclusiones

Pensamientos de Mujeres es un proyecto con una base sólida en su comprensión del problema y el usuario. La propuesta también tiene bastante presente el triple balance teniendo en cuenta principalmente lo social, ya que la propuesta trata el feminismo como su temática principal; lo ecológico gracias a que la mercancía que se va a vender de la serie serán productos reutilizables y hechos con material eco amigable y económico ya que se evidencia una gran ganancia entre los últimos meses que están en el documento de presupuesto. Todo eso se demuestra gracias al gran potencial de éxito que se evidenció en la encuesta , los comentarios

de Youtube y la utilidad dentro de la hoja de resultados en el presupuesto durante los meses 21, 22 y 23.

3.2 Recomendaciones

Aunque se haya tenido un gran éxito en las encuestas, algunos comentarios revelaron que se tendrá que investigar más sobre la problemática y explorar de una manera más introspectiva a los personajes presentes en los futuros capítulos.

Los siguientes pasos para el proyecto serían llevar a cabo los objetivos específicos, a continuación se hizo uso del Diagrama Gantt para monitorear las actividades a futuro.

Tabla 2

Diagrama Gantt

Diagrama gantt

Atividad	Responsable	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23
Dirección	Director																							
Producción	Producctor/Asistente de producción																							
Guión	Guionista																							
Voces	Actores de voz																							
Concept Art	Artista conceptual																							
Storyboard	Artista de storyboard																							
Layout	Artista de Layout																							
Rough	Animador rough																							
Clean y Color	Animador Clean up																							
Sombras y luz	Animador de vfx																							
Fondos	Artista de fondos																							
Musicalización y sonorización	Compositor de música/Sonidista																							
Post Producción	Post porductor																							
Ilustraciones	Ilustrador																							

Esta tabla muestra en qué meses y durante cuánto tiempo se harán las actividades relacionadas con el proyecto.

V. Referencias Bibliográficas

Datos y cifras: violencia contra las mujeres | ONU Mujeres. (s. f.-b). ONU Mujeres. **https://www.unwomen.org/es/articulos/datos-y-cifras/datos-y-cifras-violencia-contra-las-mujeres#83919**

MundoSur, & MundoSur. (2025b, enero 7). 1 feminicidio cada 2 horas en América Latina y el Caribe. *MundoSur - Construyendo puentes en tiempos de muros*. **https://mundosur.org/1-feminicidio-cada-2-horas-en-america-latina-y-el-caribe/**

Vanguardia, L. (2024b, diciembre 23). «Rape chats»: más de 70.000 hombres compartían en Telegram cómo sedar y violar a mujeres. *La Vanguardia*. **https://www.lavanguardia.com/vida/20241223/10233375/rape-chats-70-000-hombres-telegram-sedar-violar-mujeres.html**

Hanawalt, L. (Creadora). (2019-2022). Tuca & Bertie [Serie de televisión]. The Tornante Company; Brave Dummy; Boxer vs. Raptor; Vegan Blintzes; ShadowMachine; Williams Street; Netflix.

Allegri, N. (Creadora). (2013-2016). *Bee and PuppyCat* [Serie de televisión web]. Frederator Studios; Independent; Dong Woo Animation; OLM; Frederator Networks, Inc.

Bob-Waksberg, R. (Creador). (2014-2020). *BoJack Horseman* [Serie de televisión]. Tornante Television; ShadowMachine; The Tornante Company; Netflix.

Goldberg, A., Kroll, N., Levin, M., & Flackett, J. (Creadores). (2017-presente). *Big Mouth* [Serie de televisión]. Brutus Pink; Titmouse, Inc.; Danger Goldberg Productions; Good at Bizness, Inc.; Netflix Animation; Netflix.

Google AdSense - Genera ingresos de tu sitio web con la monetización. (s. f.). Google AdSense. https://adsense.google.com/intl/es-419_ALL/start/#calculator

DayOneNY. (2018, 9 de febrero). *Sunshine - Don't Confuse Love & Abuse* [Video]. YouTube.

https://youtu.be/1L6HB97lbrQ?si=aRS4HT1cFNqxvhUM