ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Pawtopia: Un universo transmedia para educar en el cuidado animal

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

PRESENTADA POR

Lucero Darlene Timana Ardela
DNI: 73114666, Perú

ASESOR

Julio Manuel Martinez Cieza
DNI: 70748080, Perú

JURADO

Jasmine Erika Mora Sifuentes
Martin Saavedra Saavedra
Yuri Garrido Barnuevo

Lima, Agosto 2025

9775_Informe.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:482355853

Submission Date
Aug 12, 2025, 4:26 PM GMT-5

Download Date
Aug 12, 2025, 4:44 PM GMT-5

File Name
9775_Informe.docx

File Size
7.0 MB

80 Pages

16,570 Words

93,411 Characters

8% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Exclusions

- 1 Excluded Source

Top Sources

6% Internet sources
1% Publications
4% 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.

Resumen Ejecutivo:

En la actualidad, los niños y niñas crecen rodeados de pantallas, contenido digital y estímulos visuales constantes. Sin embargo, gran parte de este contenido carece de propósito formativo o sensibilidad emocional. En ese contexto nace Pawtopia, un universo transmedia diseñado para educar desde la infancia sobre el respeto animal y el cuidado del entorno, combinando entretenimiento con valores esenciales como la empatía, la responsabilidad ambiental y el trabajo en equipo.

El proyecto propone una experiencia educativa innovadora a través de una serie animada en YouTube Kids**,** un podcast con cuentos narrados por animales, un cómic interactivo y un canal de Youtube de video tutoriales de recetas familiares, todos protagonizados por Nemecio, un gato curioso, y sus amigos. A esto se suman elementos físicos como álbumes, stickers y recetarios impresos, pensados para complementar el aprendizaje con interacción tangible y promover espacios compartidos entre niños y sus familias.

La investigación y desarrollo del proyecto se ha organizado en cinco fases. Primero, se define el propósito de Pawtopia, centrado en formar una generación más consciente y empática desde las primeras etapas de vida.

Luego, se analiza el entorno actual, donde se identifican las causas del problema central: la falta de contenidos educativos enfocados en el bienestar animal y la biodiversidad. A través de un análisis del contexto peruano y latinoamericano, se confirma una oportunidad concreta de innovación: existe una demanda no cubierta de contenido significativo para el público infantil. Además, se identifican referentes exitosos como "La Asombrosa Excursión de Zamba" (Argentina) o "Geniales" (Colombia), que inspiran y validan el camino de Pawtopia.

En una etapa posterior se realizó la segmentación del público objetivo, destacando como principales beneficiarios a niños de entre 4 y 10 años con acceso a plataformas digitales, así como sus familias y cuidadores. También se considera a los docentes de nivel inicial y primaria como aliados clave para introducir estos contenidos en contextos escolares. De manera indirecta, también se benefician los propios animales y el entorno natural, pues se espera generar un cambio real en las conductas de cuidado y respeto hacia ellos.

A continuación, se desarrolla la propuesta de valor, sustentada en la cercanía emocional con los niños, el aprendizaje lúdico, el uso de recursos visuales atractivos, y la combinación de lo digital con lo físico, lo educativo con lo familiar. Se presenta un mix de producto, precio, plaza y promoción: los contenidos digitales se distribuyen gratuitamente en plataformas abiertas, mientras que los

materiales físicos se entregan en alianzas con supermercados, librerías o tiendas de mascotas. Esto permite llegar masivamente al público infantil sin depender exclusivamente de la venta directa.

El modelo de negocio contempla diversas fuentes de ingresos, como la monetización por vistas en YouTube y Spotify**,** colaboraciones con marcas afines**,** y la venta futura de merchandising educativo. Además, al alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4, 12 y 15), el proyecto puede acceder a fondos culturales, ambientales y educativos para sostener su expansión.

Finalmente, se detallan las acciones necesarias para su réplica y escalabilidad, tanto en Lima como en otras regiones del país, incluyendo nuevas iteraciones que recojan la opinión de los usuarios. Se evalúan también los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para su ejecución: desde ilustradores y guionistas hasta software de animación y herramientas de difusión.

Pawtopia no es solo una serie o un conjunto de productos: es una experiencia educativa integral que invita a niños y adultos a imaginar un mundo donde los animales tienen voz y donde cuidar la naturaleza es parte de nuestras historias cotidianas. Con una estrategia sólida y un enfoque profundamente humano, Pawtopia busca posicionarse como un referente dentro del contenido infantil con propósito en el Perú y América Latina.

Dedicatoria

A mi mamá, por su amor infinito, su compañía constante y por ser mi fuerza en los momentos más difíciles.
A mi papá, porque con su esfuerzo y dedicación hizo posible que pudiera cumplir mi sueño de terminar esta carrera.
A ambos, gracias por creer en mí, por nunca soltar mi mano y por darme todo, incluso cuando parecía imposible. Este logro es tan mío como suyo.

ÍNDICE

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: 3
2.1. Planteamiento del problema: 3
2.2. Población beneficiaria: 4
2.3 Objetivos del Proyecto 6
2.4 Marco Referencial: 6
2.5 Proceso Creativo y experimentos 7
2.5.1. Información del usuario 7
2.5.2 Información sobre el mercado: 10
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 12
2.5.4 Diseño de Producto: 12
2.5.4.1 Universo de Pawtopia: 12
2.5.5. Modelo de Negocio: 32
2.5.6 Resultados esperados: 36
2.5.6.1 Propuesta de extensión territorial e inclusión en contextos rurales 36
2.5.7 Prototipos desarrollados: 37
2.5.8 Experimentos: 38
2.5.8.1 Encuesta: 38
2.5.8.2 Resultados cuantitativos de validación inicial: 42
2.5.8.3 Evaluación pedagógica y fundamentos teóricos 47
2.5.9 Resumen del proyecto de Innovación: 48
III. Estimación de costos: 52
3.1 Serie “Las Aventuras de Nemecio”: 52
3.2 Videos Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”: 56
3.3 Podcast “Dash el aventurero” (10 episodios para Spotify): 60
3.4 Cómic Interactivo “Luna y Dash” (20 páginas): 63
3.5 Gastos totales resumidos de todo el universo Pawtopia: 66
IV. Conclusiones y hallazgos: 71
V. Referencias 72

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Árbol de problemas. 4
Imagen 2: Mapa de actores 5
Imagen 3: Arquetipo de usuario 9
Imagen 4: Mapa de empatía 10
Imagen 5: Viaje del Usuario 15
Imagen 6: Tipografía y paleta de colores del Universo Pawtopia. 18
Imagen 7: Diseño de personajes del Universo Pawtopia 19
Imagen 8: Ficha Técnica – Las Aventuras de Nemecio. 21
Imagen 9: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 1ra parte 23
Imagen 10: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 2da parte 23
Imagen 11: Guion del episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 3ra parte 24
Imagen 12: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 4ta parte 24
Imagen 13: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio” – 5ta parte 25
Imagen 14: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio” – 6ta parte 25
Imagen 15: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio” – 7ma parte 25
Imagen 16: Ficha Técnica – Cómic “Luna y Dash” 27
Imagen 17: Ficha Técnica – Podcast “Dash el aventurero” 28
Imagen 18: Ficha Técnica: Videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 29
Imagen 19: Diseño Visual - Videos Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 30
Imagen 20: Canvas Propuesta de Valor 35
Imagen 21: Tabla de Creación de Prototipo 38
Imagen 22: Business Canvas 50

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Aceptación total del enfoque educativo de Pawtopia 43
Gráfica 2: Disposición de los padres a compartir contenido educativo con sus hijos 43
Gráfica 3: Valoración de un contenido híbrido: animación 2D + mundo real 44
Gráfica 4: Plataformas digitales más utilizadas por niños de 4 a 10 años 44
Gráfica 5: Preferencias infantiles por contenido animado e interactivo. 45
Gráfica 6: Dispositivos más utilizados por niños para acceder a contenido digital 45
Gráfica 7: Nivel de empatía animal percibido en niños por sus padres. 46
Gráfica 8: Percepción de utilidad educativa en el contenido digital actual para niños 46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sueldos de la pre producción de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 53
Tabla 2: Sueldos del rodaje de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 53
Tabla 3: Sueldos de la post Producción de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 54
Tabla 4: Sueldos totales de la realización de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 54
Tabla 5: Alquileres de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 54
Tabla 6: Presupuesto de arte ficticio para la serie “Las Aventuras de Nemecio” 55
Tabla 7: Distribución de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 55
Tabla 8: Comercialización de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 56
Tabla 9: Resumen del total de costos de la serie “Las Aventuras de Nemecio” 56
Tabla 10: Sueldos de la pre producción de los videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 57
Tabla 11: Sueldos de la producción de los video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 57
Tabla 12: Sueldos de la post producción de los videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 58
Tabla 13: Total de costos de la realización de los video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 58
Tabla 14: Costos en alquileres – video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 59
Tabla 15: Presupuesto ficticio de arte – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 59
Tabla 16: Distribución – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 59
Tabla 17: Comercialización – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 60
Tabla 18: Total de costos – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas” 60
Tabla 19: Sueldos de realización – Podcast “Dash el aventurero” 61
Tabla 20: Total de alquiler- Podcast “Dash el aventurero” 62
Tabla 21: Gastos totales en distribución – Podcast “Dash el aventurero” 62
Tabla 22: Costos en comercialización – Podcast “Dash el aventurero” 62
Tabla 23: Costo Total del Podcast “Dash el aventurero” 63
Tabla 24: Costo de sueldos para la realización del cómic “Luna y Dash” 63
Tabla 25: Costos de alquileres y herramientas digitales – Cómic “Luna y Dash” 64
Tabla 26: Costos de distribución – Cómic “Luna y Dash” 65
Tabla 27: Costos en comercialización – Cómic “Luna y Dash” 65
Tabla 28: Costo total del cómic “Luna y Dash” 66
Tabla 29: Comercialización de todo el universo de Pawtopia. 66
Tabla 30: Distribución – Universo completo de “Pawtopia” 67
Tabla 31: Gastos de realización – Universo completo “Pawtopia” 67
Tabla 32: Fondo de emergencia - Pawtopia 68
Tabla 33: Costos de marketing- Universo completo “Pawtopia” 68
Tabla 34: Resumen general de costos – Universo completo “Pawtopia” 69
Tabla 35: Fuentes de Ingreso – 1er año 69
Tabla 36: Fuentes de ingreso – 2do año 70
Tabla 37: Fuentes de Ingreso – 3er año 70
Tabla 38: Fuentes de ingreso Total 70

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Pawtopia: Un universo transmedia para educar en el cuidado animal

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

Pawtopia es un universo narrativo transmedia dirigido a niños y niñas, cuyo propósito principal es educar de forma divertida sobre el cuidado de los animales y la importancia de la biodiversidad; a través de 4 narrativas audiovisuales distintas: una serie animada llamada “Las Aventuras de Nemecio”, un podcast de cuentos llamado “Dash el aventurero”, un cómic interactivo llamado “Luna y Dash” y un canal de videos tutoriales de recetas familiares llamado “Aprendiendo con Orejitas”; los pequeños usuarios explorarán diversas historias protagonizadas por Nemecio, un gato aventurero, y sus amigos. Cada narrativa está diseñada para enseñar valores como la empatía, el respeto por la naturaleza, el trabajo en equipo y la responsabilidad ambiental, fomentando al mismo tiempo el entretenimiento y la participación activa de los niños y sus familias.

La propuesta principal del universo de **Pawtopia** es una serie titulada *"Las Aventuras de Nemecio"*, la cual será el primer lanzamiento y funcionará como introducción al mundo animado. Esta producción combina escenas de la vida real con animación en 2D, dando vida a Nemecio y a un grupo de personajes animales ficticios que interactúan tanto con humanos como con el espectador. A lo largo de los episodios, estos personajes ayudan a las personas a cuidar animales reales que también aparecen en la serie, rompiendo la cuarta pared para hablar directamente con la audiencia y enseñarles, de forma entretenida, sobre el mundo animal. La serie está pensada en un formato de 10 capítulos, cada uno con una duración de 7 minutos, y se proyecta su difusión a través de **YouTube Kids**.

Dentro del mismo universo narrativo, se encuentra la propuesta transmedia *"Dash el Aventurero"*, narrada por el actor de voz del personaje Dash, un perro que forma parte del elenco principal en *"Las Aventuras de Nemecio"*. En esta

serie de cuentos sonoros, Dash relata en primera persona algunas de sus más emocionantes y divertidas aventuras, ampliando así el vínculo emocional con el personaje.

Otra pieza clave en esta expansión narrativa es el cómic interactivo titulado *"Luna y Dash"*, donde la protagonista es Luna, una gata que vivía en la calle y fue adoptada por la familia de Dash. A lo largo de la historia, Luna mantiene contacto con su antigua pandilla de gatos callejeros, a quienes visita con frecuencia. En esta historia, Nemecio aparece como personaje secundario, fortaleciendo la conexión entre las distintas piezas del universo Pawtopia. El cómic será digital e interactivo, lo que permitirá que los niños participen activamente en el desarrollo de la trama eligiendo qué decisiones toman los personajes en determinados momentos.

Finalmente, se suma al ecosistema de contenidos la sección *"Aprendiendo con Orejitas"*, una serie de videotutoriales en la que los niños, junto a sus padres, aprenderán a preparar recetas saludables para sus mascotas, así como opciones fáciles y deliciosas para ellos mismos. Esta experiencia busca promover la convivencia familiar y el cuidado responsable de los animales. La serie está protagonizada por *"*Orejitas", un simpático conejo representado por una disfraz o marioneta, quien guía los tutoriales y también se presentará en YouTube Kids.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Pawtopia se desarrolla en un contexto familiar donde para muchas familias peruanas, los niños tienen acceso a plataformas digitales como YouTube, Spotify y redes sociales; este proyecto responde a la creciente necesidad de generar contenido educativo y responsable para niños en tempranas edades, en un entorno donde el entretenimiento digital que muchas veces carece de propósito formativo y empático.

En América Latina, y específicamente en Perú, enfrentamos realidades relacionadas con el maltrato y abandono animal, así como una baja conciencia sobre la biodiversidad y el respeto hacia otras especies.
El proyecto se inserta en esta realidad con un enfoque positivo y lúdico, utilizando

recursos visuales y narrativos que conectan con la cultura infantil y fomentan el aprendizaje desde la experiencia. Pawtopia busca impactar en la cultura de cuidado y protección animal desde la infancia, reconociendo tradiciones familiares como cocinar juntos o escuchar cuentos antes de dormir, y transformándolas en oportunidades para fortalecer valores éticos y ecológicos.

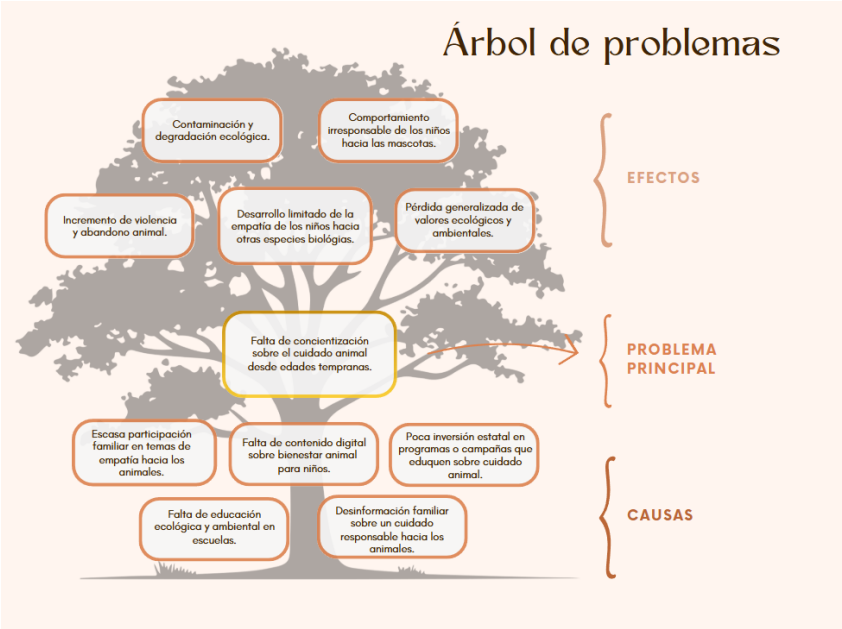
II. Descripción de la innovación:

2.1. Planteamiento del problema:

En el Perú, muchos niños y niñas en edades tempranas no reciben una educación adecuada acerca del respeto por los animales ni sobre la importancia de la biodiversidad. Por ejemplo, un informe reveló que el 80 % de los jóvenes peruanos encuestados definieron correctamente qué es la biodiversidad, y el 55 % señaló que la escuela fue su principal fuente de conciencia al respecto. Aun así, esto no garantiza una educación temprana inclusiva o emocionalmente empática en contenidos digitales infantiles.
La realización del proyecto “Pawtopia” se debe a la falta actual de contenido educativo digital dirigida a los niños con un enfoque especial hacia el cuidado animal, la escasa inclusión del respeto hacia los animales en la educación familiar y formal. Fomentando a un entorno donde se normaliza el maltrato y abandono animal, la irresponsabilidad de cuidado animal y ecológico para futuras generaciones con débil formación ética desde la infancia.

Como se observa en la imagen 1: Árbol de problema, el problema principal es la falta de concientización sobre el cuidado animal desde edades tempranas, de la cual se destacan las principales causas: escasa participación familiar en temas de empatía hacia los animales, falta de educación ecológica y ambiental en las escuelas, falta de contenido digital sobre bienestar animal para niños, poca inversión estatal en programas o campañas que eduquen sobre el cuidado animal, desinformación familiar sobre un cuidado responsable hacia los animales; por otro lado, las consecuencias son las siguiente: incremento de violencia y abandono animal, contaminación y degradación ecológica, desarrollo limitado de la empatía de los niños hacia otras especies biológicas, pérdida generalizada de valores ecológicos y ambientales.

Imagen 1: Árbol de problemas.



Fuente: Elaboración propia

Pawtopia contribuye directamente al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en primer lugar, al ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres, ya que promueve la empatía, respeto y protección de los animales y su ecosistema natural.

Además, también contribuye al ODS 4: Educación de Calidad, Pawtopia ofrece recursos educativos e inclusivos fuera del ámbito escolar tradicional. Por último el proyecto apoya al ODS 12: Producción y Consumo Responsable, debido al incentivo de prácticas respetuosas con los animales en el medio ambiente en las familias que consumirían Pawtopia.

2.2. Población beneficiaria:

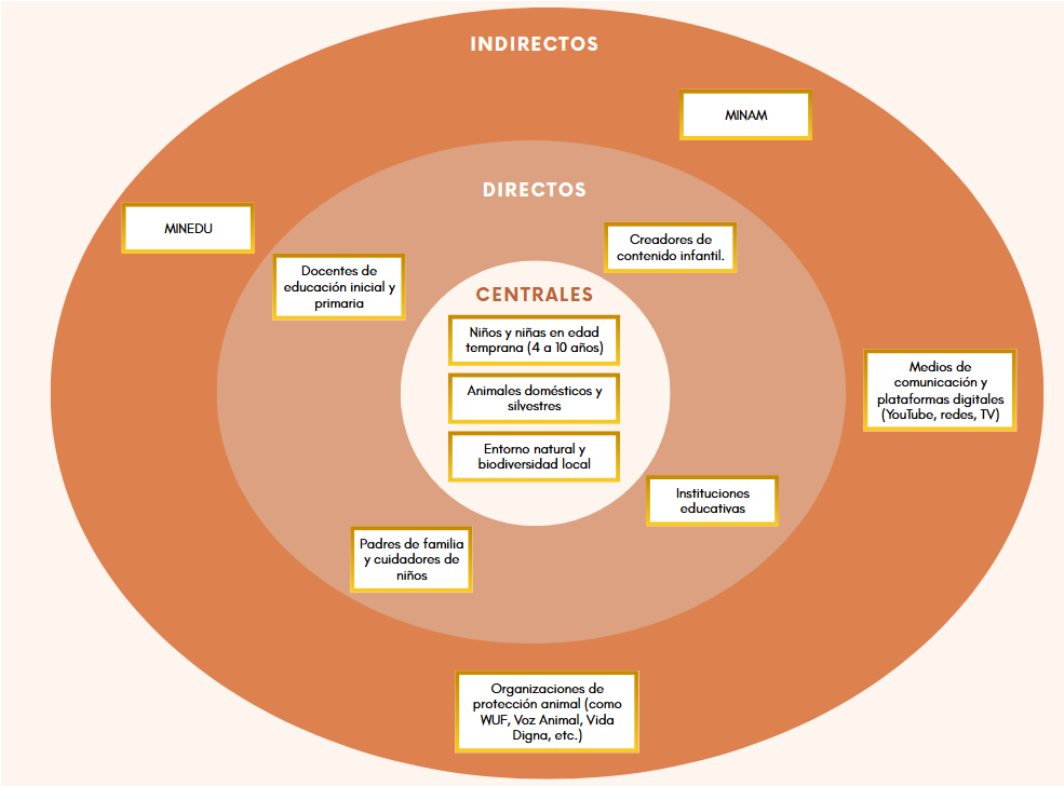
El proyecto está dirigido directamente a niños entre 4 y 10 años de edad, quienes en la actualidad tienen como costumbre consumir contenido digital a través de varias plataformas. (YouTube, Spotify, etc). Luego tenemos a los animales domésticos y su entorno natural, como población beneficiaria directa, ya que ellos serán uno de los principales afectados, además de los niños, debido a que trato nuevo trato de los niños será hacia los animales y su atmósfera. De manera indirecta, los beneficiados son las familias y cuidadores que acompañan a los niños en su proceso de crecimiento y aprendizaje, así como

docentes que buscan herramientas educativas alternativas para reforzar valores ecológicos y de empatía dentro de sus instituciones.

Como se observa en la imagen 2: Mapa de actores, el centro de este mapa se encuentran los niños y niñas entre los 4 y 10 años, así como los animales domésticos y silvestres**,** y e**l** entorno natural local. Ellos representan el núcleo principal sobre el que giran las acciones y consecuencias de este problema. Luego tenemos el segundo nivel, agrupando a los actores directos, se identifican aquellos que tienen un contacto más cercano y cotidiano con los niños: padres de familia y cuidadores**,** docentes de educación inicial y primaria e instituciones educativas**.**

Finalizando, está el nivel externo, las cuales son instituciones que podrían fortalecer los contenidos digitales de niños en los primeros años, destacando el Ministerio de Educación (MINEDU) y el Ministerio del Ambiente (MINAM), como nivel indirecto también están los medios de comunicación y plataformas digitales y las Organizaciones de protección animal (como WUF, Voz Animal, Vida Digna, etc).

Imagen 2: Mapa de actores



Fuente: Elaboración propia.

2.3 Objetivos del Proyecto

Objetivo General:

- Concientizar a los niños desde temprana edad con valores como la empatía mediante contenido digital educativo.

Objetivos Específicos:

- Crear contenidos digitales educativos y entretenidos (serie animada, podcast, cómic interactivo y videos tutoriales) centrados en el bienestar animal y la protección de los ecosistemas.
- Concientizar a niños y familias sobre la importancia de la biodiversidad y el respeto hacia otras especies a través de aprendizaje lúdicos.
- Fortalecer la participación familiar en actividades y procesos educativos que promuevan valores responsables acerca del cuidado animal y ambiental.

2.4 Marco Referencial:

A nivel global, el fin educativo en narrativas transmedias ha incrementado, especialmente en contenido transmedia infantil.

Programas infantiles como “Dora la exploradora” en Estados Unidos, Pocoyó en España, entre otros; han demostrado que la educación se puede integrar de una manera exitosa en el entretenimiento infantil, mediante diversos formatos; por ejemplo: las series animadas, las películas, los juegos e incluso en plataformas interactivas.

En Latinoamérica existen diferentes contenidos digitales que enseñan a los niños. Por ejemplo: En 2011, en el país de Argentina se creó la serie “La Asombrosa Excursión de Zamba”, esta serie enseña a su audiencia la historia de este país, teniendo una narrativa interactiva y educativa, al igual que Pawtopia, esta transmedia combina el aprendizaje con lo divertido de una serie. Luego está la transmedia “Geniales” de Colombia, el cual es una transmedia que al igual de Pawtopia tiene diferentes canales de difusión, tiene una serie, un

podcast y radiocuentos, en este protecto los niños y niñas tratan de resolver situaciones cotidianas.

En Perú, aún esta forma de aprendizaje para niños aún es limitada. Si bien hay series para niños como “Yuri y las Matemáticas” que enseñan a los niños sobre las matemáticas o series como “Ciudad Jardín” enseñando a los niños a sobre la importancia de la convivencia y la sostenibilidad, no todas abordan temas de empatía, biodiversidad y bienestar animal donde se integren de manera sencilla en la cotidianidad de los niños. Sin embargo, Pawtopia busca presentar una propuesta innovadora al enseñar empatía animal, a través de los propios animales.

Pawtopia combina el juego, imaginación con el aprendizaje de los niños, a través de múltiples canales de difusión, para así llegar de una forma efectiva a la niñez peruana. Además, combina la fantasía con la realidad, haciendo pensar a los niños “¿Qué cosas los animales dirían si pudieran hablar con nosotros?”.

Pawtopia se apoya en conceptos de aprendizajes significativos. Según Ausubel (1968), *“el factor más importante que influye en el aprendizaje es lo que el alumno ya sabe. Averígüese esto y enséñese en consecuencia”*. Esta teoría plantea que el aprendizaje es más efectivo cuando la nueva información se presenta de manera no arbitraria, porque se puede incorporar de una manera duradera a la estructura cognitiva del que la recibe. Según Jenkins (2006), la narrativa transmedia es *“un proceso en el que los elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de entrega con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Idealmente, cada medio hace su propia contribución única al desarrollo de la historia”*.

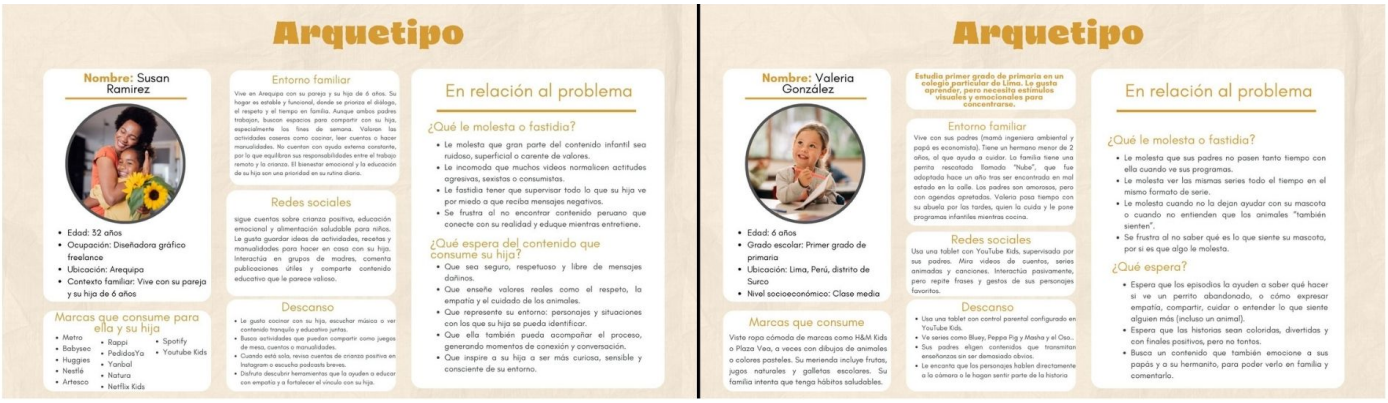
2.5 Proceso Creativo y experimentos

2.5.1. Información del usuario

Como se observa en la imagen 3: Arquetipo, como primer aquetivo se presenta a una madre de 32 años que vive en Arequipa con su hija de 6. Es una mujer conectada, consciente y participativa en la crianza, que busca contenido seguro,

educativo y emocionalmente positivo para compartir con su hija. Se molesta por la sobreexposición a contenidos vacíos o inadecuados, y valora propuestas que promuevan la empatía, el respeto y el cuidado animal. En sus tiempos libres cocina, juega o escucha podcasts con su hija. En redes sociales sigue cuentas de crianza positiva y educación emocional, y consume marcas accesibles y confiables tanto para ella como para su familia. Como segundo arquetipo, tenemos como usuario a una estudiante de primer grado de primaria, llamada Valeria Gonzales, ella tiene 6 años de edad, se ubica en Lima- Perú en el distrito de Surco, con un nivel socioeconómico de clase media. En el entorno familiar de Valeria, describe que vive con sus padres, su mamá es ingeniera ambiental y su papá es economista, Valeria tiene un hermano menor de 2 años y ella es encargada de cuidarlo. La familia de Valeria tiene una perrita llamada “Nube”, que fue adoptada por sus padres. Las redes sociales que consume son Youtube Kids, lo cual es monitoreado por sus padres. En su tiempo de descanso, indica que Valeria usa una Tablet, ve series como Bluey, Peppa Pig, Masha y el Oso, ya que le encanta que los personajes hablen a la cámara y la hagan sentir parte de la historia, las marcas que consume son “H&M Kids” o Plaza Vea, le gusta mucho vestirse con ropa donde estén dibujos de animales.
Con relación al problema, a Valeria le molesta que sus padres no pasen tanto tempo con ella cuando ve los programas que a ella le gustan, le molesta ver las mismas series todo el tiempo en el mismo formato de serie, le molesta cuando no la dejan ayudar con su mascota o cuando ella siente que los demás no entienden que los animales también sienten y se frustra al no saber qué es lo que siente su mascota por si algo le molestara.
Valeria espera que los contenidos digitales que consume la ayuden a saber qué hacer cuando ve a un animal abandonado, o cómo cuidar o entender qué siente. Busca un contenido que también emocione a sus papás y a su hermanito para verlo en familia.

Imagen 3: Arquetipo de usuario



Fuente: Elaboración con Inteligencia Artificial.

Como se observa en la imagen 4: Mapa de empatía: En primer lugar, concentrándonos en el arquetipo audiencia del contenido, se observa la pregunta “¿Qué Oye?”, el usuario oye opiniones de sus padres, de sus maestros y de sus amigos, como también oye canciones infantiles, cuentos o youtubers, y oye frases como “cuida a tu mascota” sin mayor explicación. Luego está el punto de “Qué piensa y siente”, al usuario le gustan los animales y siente la curiosidad de ellos, quiere jugar y divertirse todo el tiempo, se aburre con contenidos digitales demasiado serios y a veces siente confusión o miedo si ven maltrato animal, pero no siempre entienden qué es. La imagen indica que lo que ve el usuario es contenido animado colorido, con personajes divertidos y escenarios con fantasía, también ve videos en Youtube Kids, Tik Toks y dibujos animados, y lo que comúnmente ve son animales en su casa o en la calle. Finalmente está el punto de “Qué dice y hace”, el usuario imita lo que ve en redes o en TV, repite frases de sus personajes favoritos, se relacionan con lo que entienden como divertido o curioso y si les gusta una historia, quieren compartirla y verla muchas veces.

Imagen 4: Mapa de empatía



Fuente: Elaboración propia

2.5.2 Información sobre el mercado:

El desarrollo de contenido audiovisual infantil con enfoque educativo presenta una oportunidad significativa en el contexto peruano. Actualmente, existe una escasa oferta de productos nacionales que aborden temas como la empatía hacia los animales, el respeto por la naturaleza y la formación de valores desde la infancia, lo que abre un espacio para propuestas novedosas como *Pawtopia*. Esta serie, articulada dentro de un universo transmedia, se proyecta como una alternativa innovadora frente a la oferta globalizada que muchas veces no se adapta a la realidad ni a las necesidades culturales del país.

En América Latina, se pueden identificar iniciativas similares que han tenido buena acogida. En Colombia, por ejemplo, la serie “Geniales”, desarrollada por RTVC y el Ministerio TIC, busca fortalecer valores positivos en los niños a través de personajes animados. En México, proyectos como “El mundo de Ania y Kin” han logrado combinar la narrativa animada con la educación ambiental, y en Perú se han impulsado contenidos como “Ciudad Jardín”, transmitida por IPe, que, aunque limitada a la televisión tradicional, ha trabajado con personajes animales y mensajes sobre el cuidado del entorno.

Pawtopia se diferencia al integrarse desde su origen en múltiples plataformas: una serie web, podcast, cómic y video tutoriales de cocina, todos pensados para reforzar una experiencia de aprendizaje emocional y social. Esta estrategia permite una conexión más sólida con los hábitos de consumo actuales de los niños y sus familias, quienes acceden a contenidos desde celulares, tablets y otros dispositivos digitales.

El mercado objetivo se compone principalmente de niños entre 4 y 10 años, en etapa preescolar y escolar básica, acompañados por padres jóvenes (entre 25 y 40 años) que buscan contenido confiable y formativo. Geográficamente, el foco se encuentra en zonas urbanas de Lima Metropolitana, Arequipa, Trujillo, Piura y Cusco, donde existe una alta penetración de internet y dispositivos móviles. En cuanto a niveles socioeconómicos, el público se concentra mayormente en los sectores B y C, que tienen acceso a servicios digitales y muestran interés creciente por propuestas educativas complementarias a la formación escolar.

Si bien no existen grandes restricciones normativas para este tipo de contenidos, algunas barreras pueden surgir en el proceso de inserción en espacios educativos formales o en televisión pública, donde es necesario contar con criterios pedagógicos validados. No obstante, canales como IPe (del Estado peruano) suelen estar abiertos a producciones que fortalezcan la educación y la cultura.

El impacto de Pawtopia no se limita a la pantalla: busca convertirse en una herramienta de apoyo para las familias y los docentes en la formación de ciudadanos más empáticos y conscientes del entorno. Para que el proyecto no quede solo en una idea, se plantea su presentación ante instituciones como el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Educación, así como su postulación a fondos de estímulo a la creación audiovisual, alianzas con ONGs como WUF o Pronaturaleza, y participación en festivales educativos y ambientales de la región. A través de estas rutas, el universo de Pawtopia puede convertirse en una referencia significativa dentro del contenido educativo infantil en Perú y América Latina.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Pawtopia plantea una experiencia distinta dentro del contenido infantil al unir la animación en 2D con elementos del mundo real, como recetarios, álbumes y materiales físicos que los niños pueden tocar, coleccionar e interactuar. Su propuesta de valor se centra en fomentar la empatía hacia los animales desde temprana edad, utilizando personajes cercanos y situaciones cotidianas que permiten a los niños reflexionar sobre el respeto y el cuidado del entorno. En el contexto peruano, donde abundan productos audiovisuales importados, pero escasean propuestas locales con enfoque educativo y emocional, Pawtopia representa una alternativa innovadora que no solo entretiene, sino que forma, acercando a las familias a un contenido con propósito y sensibilidad.

2.5.4 Diseño de Producto:

2.5.4.1 Universo de Pawtopia:

Logline:

Nemecio y sus amigos animales se embarcan en emocionantes aventuras y misiones a través de series web, podcasts, cómics y recetarios. Enseñando a los niños el valor del cuidado animal, la empatía y la sostenibilidad ambiental mientras se divierten y exploran juntos.

Storyline:

En el encantador universo de "Pawtopia", Nemecio, un valiente gatito, acompaña a sus amigos animales en emocionantes y educativas aventuras a través de una serie de YouTube, podcasts, cómics y un recetario. Cada amigo aporta habilidades únicas, enfrentando desafíos y resolviendo problemas mientras se divierten. Las historias enseñan a los niños sobre el cuidado animal, la responsabilidad ambiental y la importancia de la amistad. A través de estas aventuras, los personajes demuestran que, trabajando juntos y cuidando nuestro entorno, se pueden lograr cosas increíbles.

Sinopsis:

Pawtopia transporta a los niños a un mundo colorido y lleno de vida, donde Nemecio, un intrépido gato, y su diversa pandilla de amigos animales se embarcan en increíbles misiones para aprender sobre el cuidado animal y proteger la naturaleza. Desde el ingenioso Gato Dash hasta la sabia Luna, cada personaje aporta sus talentos únicos para resolver problemas y superar desafíos en emocionantes expediciones por la ciudad. A través de su serie de YouTube, los pequeños espectadores se sumergen en historias repletas de acción y valores positivos. Los podcasts complementan estas aventuras con narraciones y datos curiosos, mientras que los cómics ofrecen una experiencia visualmente atractiva y accesible. Además, un videorecetario inspirado en las travesuras culinarias de los personajes fomenta hábitos alimenticios saludables y la cocina en familia. Pawtopia no solo entretiene, sino que también educa, inculcando en los niños una profunda empatía por los animales, un sentido de responsabilidad ambiental y la importancia de la colaboración y la amistad. Juntos, Nemecio y sus amigos demuestran que cuidar el uno al otro es una aventura que vale la pena.

Viaje del Usuario:

Como se observa en la Imagen 5, el recorrido del niño comienza desde cero: no conoce el producto ni el universo de *Pawtopia*. El primer contacto se da de manera casual, cuando recibe un álbum como regalo al hacer compras en el supermercado. Ese primer acercamiento es clave, porque despierta su curiosidad sin presión: se siente como una sorpresa.

Una vez que tiene el álbum en sus manos y lo explora, algo se activa. Le llama la atención el diseño, los personajes, y empieza a preguntarse quiénes son, qué historias esconden. Es ahí cuando el

álbum funciona como un puente: lo motiva a buscar más, llevándolo directamente al canal digital.

Ya en el canal, empieza a mirar contenido. Lo hace por curiosidad al principio, pero poco a poco, los personajes le generan empatía. Se queda viendo porque algo de lo que ve le resuena o lo entretiene. Es aquí donde el recorrido se expande. Desde el canal, el niño encuentra tres rutas posibles, según con qué contenido conecte más:

- Si le gusta cocinar o pasa tiempo con su familia en la cocina, se engancha con los videotutoriales de Orejitas. Allí, ve recetas simples y divertidas, y eso le motiva a participar activamente, fomentando momentos de unión en casa.
- Si siente afinidad con *Luna*, una gata que enfrenta retos emocionales como los suyos, se interesa por el cómic interactivo, donde puede tomar decisiones y vivir la historia de forma personalizada.
- Y si conecta con las emociones o las reflexiones que plantea *Dash*, se engancha con el podcast, donde puede escuchar historias más profundas, acompañado de otros personajes.

Así, paso a paso, el niño va transitando por distintos formatos sin que nadie lo guíe explícitamente. Todo se da de forma natural: de la sorpresa inicial al interés, del interés a la conexión, y de la conexión a la participación activa.

Imagen 5: Viaje del Usuario



Fuente: Elaboración propia.

Estructura del álbum:

El álbum consta de 8 páginas, divididas en 4 secciones donde se presentan cada transmedia, las cuales están divididas por colores.

Página 1 y 2: Serie

- En las primeras páginas se muestra la historia de Nemecio y su dueño Pancho.
- Los stickers son frames de la serie, donde se muestra a Nemecio cuidando a animales.
- El QR que dirige a la transmedia de “Aventuras de Nemecio” está al final de la página junto a una frase que dice “Si quieres saber más de Nemecio y sus aventuras, escanea este QR”.

Página 3 y 4: Cómic

- En estas páginas se muestra una breve historia sobre Luna.
- Dentro de estas páginas hay stickers de Luna y Dash dentro del cómic.
- El QR que dirige a la transmedia de “Luna y Dash” está al final de la página junto a una frase que dice “Si quieres saber qué pasó con Luna y Dash, escanea este QR”.

Página 5 y 6: Podcast

- Se muestra una breve historia de quién es Dash.
- Dentro de las páginas hay stickers de Dash haciendo travesuras.
- En la página 6 se muestra una carta mandada por uno de los fans de Dash incompleta, junto a este texto está el código QR con la frase de “Si quieres saber cómo termina esta historia, acompaña a Dash en su podcast escaneando este código QR”.

Página 7 y 8: Videos Tutoriales

- Se presenta a Orejitas.
- Dentro de estas páginas hay stickers donde Orejitas sale haciendo diferentes actividades junto a Nemecio.
- En la página 8 se muestra una receta para los niños, el código QR está al lado de la frase de “Si quieres aprender más recetas, manualidades u otras actividades, escanea este código QR”.

Diseño Visual del universo de Pawtopia:

Como se observa en la imagen 6: Como se observa en la imagen 6: se presenta una guía de estilo visual, color y tipografía para "Pawtopia". Teniendo como tipografía principal la tipografía “AONIC”, el cual se eligió por la facilidad que se le haría leer un niño esa tipografía, y como tipografía secundaria está HK Grotesk. La paleta de colores, la cual debe ser colorida, alegre y accesible para los niños, reflejando energía y aventura La imagen también presenta una paleta de colores clasificada como "Colores Pasteles", en la que cada tono tiene un propósito comunicativo claro: el color azul (#41C7E6) representa el cielo y el aire libre, aportando una sensación de tranquilidad y frescura; el verde (#80D680) está vinculado a la naturaleza y la sostenibilidad, evocando crecimiento y armonía; el amarillo brillante (#FFD700) refleja la energía del sol y la alegría, siendo ideal para captar la atención de los niños; el naranja (#FF914D) simboliza la creatividad y la diversión, transmitiendo calidez y movimiento; el morado (#9370DB) añade un toque de magia y fantasía al conjunto visual; y por último, el rosa claro (#FFC0CB) expresa ternura y cariño, reforzando el carácter afectivo y cercano de la propuesta visual.

Imagen 6: Tipografía y paleta de colores del Universo Pawtopia.



Fuente: Elaboración propia.

Diseño de Personajes:

Como se observa en la imagen 7: se muestra el diseño de personajes creados para animación 2D del universo "Pawtopia", cada uno con rasgos físicos y estilos visuales distintivos. Nemecio es un gato anaranjado con rayas, ojos grandes y expresivos, y viste ropa de explorador, reflejando su espíritu aventurero. Dash es un perrito marrón y blanco de orejas caídas, con una expresión algo gruñona pero tierna, que denota su carácter travieso pero noble. Orejitas es un conejo blanco, vestido con un delantal azul y vestimenta de chef, es el diseño que se encontrará interactuando en el universo de Pawtopia,

más no en su transmedia propia, ya que en los video tutoriales será una persona disfrazada (un títere). Luna es una gata negra de silueta estilizada, con ojos grandes y verdes, transmitiendo misterio y sensibilidad. Finalmente, Pancho, uno de los personajes humanos, es un joven de cabello castaño oscuro ligeramente ondulado, con ojos marrones, que viste ropa cómoda y casual con estampados de animales, y siempre lleva una mochila con equipo para grabar sus aventuras.

Imagen 7: Diseño de personajes del Universo Pawtopia



Fuente: Elaboración propia con ayuda de la IA Dreamina.

2.5.4.2 Las Aventuras de Nemecio:

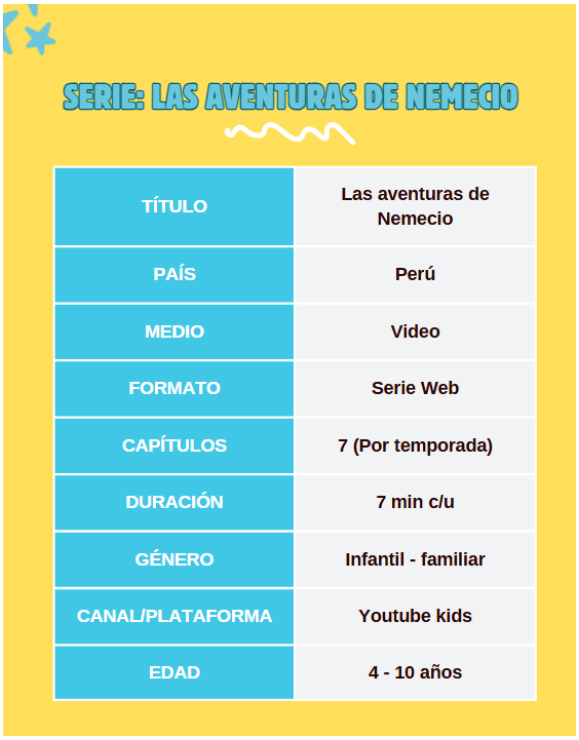
Sinopsis:

Esta serie, narrada por un astuto y carismático gato llamado Nemecio, invita a los niños a acompañarlo en sus aventuras gracias a que su dueño es un amante de los animales y deciden convertirse en Youtubers creando un canal donde suben todas sus travesías ayudando y conociendo nuevos personajes, así como el perro que rescataron y llevaron a un albergue para posteriormente grabar ahí su primer capítulo y subirlo a la plataforma. Posteriormente, en el transcurso, conocen a más personajes como el veterinario que le enseña a los niños el cuidado de sus mascotas. Uno de los personajes que también cobra vida en esta temporada es Rocky, que al conocer a Nemecio queda impactado por su peculiar forma de ser, pero a pesar de todo ello forman una bonita convivencia. También se presentarán amigos cercanos de Nemecio como Orejitas. A pesar de todo, Nemecio es muy curioso y siempre quiere aprender cosas nuevas; aunque a veces sea muy inquieto y travieso, aprende cosas nuevas en cada capítulo. Esta serie lleva a los más pequeños a un viaje extraordinario a través del mundo de los animales, mostrando historias, descubriendo la importancia de la diversidad de la vida animal y con el propósito de incentivar el cuidado animal en los niños.

Ficha Técnica:

Como se observa en la imagen 8: “Las Aventuras de Nemecio estaría siendo transmitida en Perú, mediante la plataforma de Youtube Kids, en un formato de serie web con un total de 7 capítulos por temporada, por ahora se tiene planeada la primera temporada, con una duración de 7minutos por capítulo. El género es Infantil – Familiar.

Imagen 8: Ficha Técnica – Las Aventuras de Nemecio.



Fuente: Elaboración Propia.

Los 7 capítulos de “Las Aventuras de Nemecio” tienen diferentes títulos en cada episodio, los cuales son los siguientes:

CAPÍTULO 1:

Rescatando a Manchas (rescate de animales)

CAPÍTULO 2:

Viringo un amigo no muy común (adopción responsable)

CAPÍTULO 3:

Max el campeón (adiestramiento de mascotas)

CAPÍTULO 4:

El terapista Ringo (el papel de los animales en la salud mental)

CAPÍTULO 5:

Bajo el agua con Martín (cuidado de animales)

CAPÍTULO 6:

Moli es operada de urgencia (síntomas de enfermedades animales)

CAPÍTULO 7:

Bienvenido orejitas (alimentación saludable para los animales)

Guion del Episodio Piloto:

Como se observa en la imagen 9,10,11,12, 13, 14 y 15: El episodio arranca con Nemecio, un gatito muy expresivo y carismático, hablándole directamente a los niños desde su canal de YouTube. Se presenta con mucha energía y ternura, invitándolos a sumarse a una nueva misión: rescatar a un perrito callejero llamado Manchas. Ya desde el inicio, la conexión con los niños es cercana, como si él realmente los estuviera viendo y escuchando.

Luego, pasamos a un auto en movimiento. *Pancho*, su humano, va manejando, mientras Nemecio viaja seguro en su transportín, y aprovechan para explicar por qué es importante que las mascotas viajen así. En esta parte también conocemos a *Jorge*, el veterinario del grupo, que se suma a la aventura.

La misión los lleva a un mercado, donde encuentran a Manchas, un perrito triste y solo. Jorge, con mucha paciencia y cuidado, se gana su confianza con comida y guantes puestos —explicando que siempre hay que actuar con responsabilidad y nunca tocar a un animal sin ayuda de un adulto o profesional. Todo esto se muestra con respeto y mucha empatía.

Después de ganarse la confianza de Manchas, lo llevan a la veterinaria. Aquí vemos una escena muy tierna: Nemecio quiere ayudar, pero Pancho le explica que a veces la mejor ayuda es dar espacio a los expertos. Nemecio se retira y aprovecha ese momento para enseñar a los niños sobre herramientas básicas de cuidado animal, usando preguntas y animaciones para mantenerlos atentos.

Cuando terminan de atender a Manchas, lo llevan a un albergue llamado "Mundo Patas", donde Julito, el encargado, los recibe con mucha calidez. Allí, muestran el proceso de recuperación que tienen los animalitos antes de ser adoptados: buena alimentación, visitas veterinarias, espacios para jugar, higiene y amor. Nemecio está feliz de ver a Manchas en un lugar seguro, pero también les recuerda a los niños que todos pueden hacer algo, incluso visitando refugios o llevando donaciones.

La historia se cierra con una reflexión bonita: la adopción es un acto de compromiso y amor, no algo que se toma a la ligera. Nemecio y Pancho repasan lo aprendido mientras cenan en casa, y finalmente Nemecio se despide con su clásico "¡Que lo hayan pasado miawtástico!", dejando un mensaje emotivo en pantalla sobre la importancia de cuidar a los seres más vulnerables. Imagen 9,10,11,12, 13,14 y 15: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”

Imagen 9: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 1ra parte

LAS AVENTURAS DE NEMECIO					
	ACCIÓN	TEXTO	GRÁFICA - ANIMACIÓN	DURACIÓN	MÚSICA
BLOQUE 1 SALA	Nemecio ingresa a escena caminando por el sofá y se sienta mirando la cámara y habla	**Nemecio:** ¡Hola pequeños aventureros! Soy Nemecio y este es mi canal de Youtube, quiero que me acompañen en las divertidas aventuras que vamos a tener	**Nemecio camiando** **Nemecio hablando** **Nemecio señalando** el logo del canal Logo del canal animado	10 seg	
	Nemecio tocando sus orejitas haciendo referencia que los escucha y los ve	**Nemecio:** Ahora quiero que hagan algo que alze la mano quien tiene una mascota en casa (silencio de 4 segundos)	Nemecio tocando sus orejas y observando a la pantalla	7 seg	Música alegre
	Nemecio sonriendo y hablando a la cámara	**Nemecio:** Yo se que quieren mucho a sus mascotas y siempre quieren verlos felices. pues les comento que hoy iremos al rescate de Manchas el perro, un amigo que necesita de nuestra ayuda ¡vamos!	**Nemecio sonriendo** **Nemecio hablando** **Nemecio señalando** la foto de manchas Foto de manchas animada	9 seg	
Transición - 1 seg					
BLOQUE 2 AUTO	La cámara enfoca a Pancho, manejando el carro. Nemecio está calmado en su transportín, mirando a la ventana.	**Pancho:** ¿Te sientes cómodo?	**Nemecio mirando** la ventana	5 seg	
	La cámara enfoca a Nemecio	**Nemecio:** ¡Sí! y no olviden, niños. Es más seguro que los animales vayan dentro de un transportín, para que no ocurran accidentes.	Nemecio voltea a mirar a la cámara Nemecio hablando	7 seg	
	Pancho mira a la cámara desde el espejo retrovisor, nemecio se ve reflejado en el espejo	**Pancho:** Nemecio ¿nos presentas a nuestro amigo?	**Nemecio mirando** al espejo	5 seg	Música de aventura
	Se enfoca a nemecio y exclama	**Nemecio:** ¡Cierto! Les presento a Jorge, nuestro veterinario de confianza	**Nemecio hablando**	5 seg	
	Se enfoca al veterinario y saluda a cámara	**Jorge:** ¡Hola! Hoy aprenderemos a cómo ayudar a nuestro amigo Manchas		6 seg	
TRANSICIÓN - 1 seg					
	El auto se estaciona fuera del mercado.			10 seg	

Activar

Imagen 10: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 2da parte

BLOQUE 3 MERCADO	Nemeceio ya esta en la entrada del mercado se acerca a la cámara y habla	**Nemecio:** Recuerden que esto no debemos hacerlo solos, siempre hay que ir acompañados de un profesional y un adulto	**Nemecio caminando** **Nemecio hablando**	8 seg	
	Todos ya estan dentro del mercado Jorge comienza a hablar frente a cámaras, cuando termina de hablar saca una bolsa de comida de su bolsillo	**Jorge:** Siempre deben tener en cuenta que no sabemos cómo puede reaccionar un animalito de la calle. Así que le daremos algunas croquetas para que confíe en nosotros		15 seg	
	Se enfoca al perrito manchas, esta solo con un poco de agua y se le ve trizte			5 seg	
	Nemecio mira a la cámara y exclama señalando a Jorge	**Nemecio:** ¡Ahora observen a Jorge!	**Nemecio levantando su mano señalando al veterinario** **Nemecio hablando**	5 seg	
	Se enfoca a jorge poniendose los guantes	**Jorge:** Miren como me pongo los guantes, esto para eviatar un contecto físico directo ya que no sabemos si manchas tienen alguna enfermedad ahora nos acercamos a manchas cuidasosamente		10 seg	
	Manchas olfatea la mano de jorge se acerca para dejarse acariciar			5 seg	
	Jorge mira hacia la cámara	**Jorge:** Recuerden no acercarse a animales que vean en la calle. Pueden tener miedo, así que llamen a un veterinario o un adulto		10 seg	

Imagen 11: Guion del episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 3ra parte

	La cámara enfoca a jorge manchas y nemecio Nemecio los mira les sonrié y levanta su pulgar, luego mira hacia la cámara	**Nemecio**: ¡Buen trabajo! ahora amiguitos ya saben que trabajando en equipo podemos hacer una gran diferencia	**Nemecio levantando su mano** sacando su pulgar **Nemecio hablando**	7 seg	
	Jorge, Pancho y Nemecio se dirigen a la camioneta		Nemecio caminando detrás	5 seg	
	Mientras Jorge y Pancho se dirigen a la parte trasera de la camioneta Nemecio explica	**Nemecio:** Ahora llevaremos a manchas al consultorio de Jorge para hacerle todas las pruebas, curarlo y bañarlo. ¡No se despeguen de la pantalla!	**Nemecio hablando** imagenes animadas (exminando, curando) a un perrito	10 seg	
	Vemos cómo ingresan a Manchas al transporttin y se van rumbo al consultorio.			7 seg	
CUÑA 1 TIPS SOBRE ALIMENTOS QUE SON DAÑINOS PARA LOS PERROS					
	ACCIÓN	TEXTO	GRÁFICA - ANIMACIÓN	DURACIÓN	MÚSICA
PANTALLA	Nemecio sale en la pantalla dando un tip sobre alimentos dañinos para perritos	Aquí un tip sobre alimentos que son daniños para los perritos: Palta y leche (causa vomito y diarrea) , huesos de pescado y pollo (heridas en el estómago), chocolate (problemas en el corazón) y las uvas (producen daño en los riñones)	Nemecio hablando y señalando + imágenes animadas de palta, leche, huesos, chocolate,uvas pescado, saliendo en orden	25 seg	Música alegre
BLOQUE 4 CONSULTORIO SALA DE CONTROL	Manchas está encima de una mesa metálica esperando, Nemecio esta a su costado Jorge aparece y comienza a explicar	**Jorge:** Primero, vamos a hacerle unos exámenes médicos para ver como esta de salud. Nemecio ¿conversas con los evntureros en la sala de espera?	Nemecio observando a manchas	12 seg	
	Nemecio hace una cara trizte mientras exclama	**Nemecio:** ¡pero yo quiero ayudar!	Nemecio con cara trizte **Nemecio hablando**	5 seg	
	Pancho entra en escena y le dice a nemecio	**Pancho:** La mejor forma de ayudar es darle espacio a Manchas para que un experto como Jorge se encargue, Nemecio	**Nemecio aciente con la cabeza**	7 seg	

Imagen 12: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio”- 4ta parte

	Nemecio mira a la cámara y sonrie	**Nemecio:** ¡Oh! Está bien ¡Acompáñenme niños!	**Nemecio sonriendo** **Nemecio hablando**	5 seg	
BLOQUE 4 CONSULTORIO SALA DE ESPERA	Nemecio se encuentra en la sala de espera, comienza a explicar los procesos que se le harán a Manchas	**Nemecio:** ¡Hora de aprender sobre las herramientas que necesitamos para cuidar a nuestros amiguitos! ¿Cuál de estas herramientas creen que es importante tener a mano para cuidar a un cachorro recién rescatado?	**Nemecio hablando** **Nemecio señalando** las herramientas aparecen imagenes animadas de las herramientas y sus nombres	20 seg	Música alegre
	En la pantalla aparecen tres imágenes: toallitas limpiadoras, crema para heridas y un termómetro	**Nemecio:** ¿Debemos A) Usar las toallitas, B) ponerle crema en las heridas o C) Medir su temperatura con un termómetro?	Las imágenes se iluminan cuando nemecio las va mencionando	10 seg	
	Nemeico espera un momento para que los niños respondan y exclama	**Nemecio:** ¡Claro que sí! tenemos que empezar por el termómetro	Nemecio dando un pequeño salto y **sonriendo** **Nemecio hablando**	5 seg	
	Jorge sale de la sala de espera y agrega un comentario	**Jorge:** Hemos terminado de revisar a Manchas, ahora le podremos unas vacunass para prevenirle enfermedades, ya que esto lo protegerá	**Nemecio mira** a jorge	12 seg	
	Nemecio se pone al costado de Jorge y exclama	**Nemecio:** No solo es importante llevar a los animalitos que encontramos en la calle,todos necesitamos cuidado y amor y aunque puede asustar las agujas, es necesario para estar más fuertes y saludables	**Nemecio caminando** **Nemecio hablando**	9 seg	
TRANSICIÓN - 1 seg					
BLOQUE 5 ALBERGUE ENTRADA	Nenemcio aparece la miendose la patira mira a la cámara y dice	**Nemecio:** Ya estamos en "Mundo patas" es un albergue que se encarga de recibir animalitos para que después los adopten, les aseguro que manchas va estar feliz y hallará una familia que lo quiera mucho	Nemecio lamiendose la patita y hablando	7 seg	
	Salen fotos de presentación del albergue		Aparece una secuencia de imágenes del albergue	8 seg	Música alegre
	Sale el encargado Julito a saludar pnacho y nemecio	**Julito:** Hola Pancho, Hola Nemecio, es bueno verte otra vez por aquí, ¿a quién nos traes el día de hoy?		12 seg	

Imagen 13: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio” – 5ta parte

BLOQUE 5 ALBERGUE SALA DE ESPERA	Nemecio se sube encima de la jaula para perros donde esta manchas	**Nemecio:** Él es manchas lo rescatamos y trajimos aquí para que puedan cuidarlo y conseguirle una buena familia	Nemecio saltando a la jaula **Nemecio hablando**	5 seg	
	Pancho asiente con una sonrisa y exclama	**Pancho:** Estamos encantados de estar aquí y de poder ayudar a manchas a ser feliz	**Nemecio mirando** a pancho	7 seg	
	Julito los observa y les dice	**Julito:** Muy bien acompañenos para mostrarles donde debe quedarse manchas antes de convivir con el resto de sus compañeros	**Nemecio mirando** a julito	10 seg	
BLOQUE 5 ALBERGUE HABITACIÓN DE REHABILITACIÓN	Pancho, nemecio, manchas y julito entran a una habitación donde hay más perritos en jaulas mientras julito les explica	**Julito:** Aquí los animalitos estan en proceso de recuperación, nosotros nos encargamos de cuidarlos y darles todas las comodidades, por eso están descansando en sus habitaciones, aquí se quedara manchas	**Nemecio mirando a los perritos con cara de sorprendido**	20 seg	
	Nemecio aparece en escena caminando	**Nemecio:** Manchas esta recuperándose, así que debemos dejarlo descansar por hoy. Estaremos pendientes de el, hasta que se recupere y pueda unirse a sus nuevos compañeros	**Nemecio caminando y hablando**	8 seg	

Imagen 14: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio” – 6ta parte

CUARTO DE JUEGOS	Diferentes tomas mostrando a personas jugando con los animalitos, también adoptándolos		Video de personas en el albergue jugando con los animalitos	10 seg	
CUÑA 2 TIPS PARA LA ADOPCIÓN DE UNA MASCOTA					
	ACCIÓN	TEXTO	GRÁFICA	DURACIÓN	MÚSICA
PANTALLA	**Aparece nemecio Enumerando los tips + imágenes de lo que dice cada tip**	**Nemecio: Adoptar un perro es un compromiso grande y por eso te damos algunos tips antes de hacerlo: Visita varios albergues Pregunta por el comportamiento ysalud de la mascota Escoge un perro que se ajuste a tu personalidad Prepata tu hogar**	**Nemecio hablando Nemecio señalando cada tip Animaciones de cada tip Cada tip cambia de color cuando los menciona nemecio**	**25 seg**	Música alegre
AUTO	Aparece Nemecio en el carro con pancho y ambos hablan	**Nemecio:** recuerden que la adopción debe ser responsable **Pancho:** Deben cuidarlos siempre, alimentarlos mantenerlos bien de salud y sobre todo darles mucho amor a nuestros queridos amiguitos	**Nemecio hablando y mirando** a pancho	11 seg	
TRANSICIÓN - 1 seg					
BLOQUE 6 CASA / SALA	Pancho llama a namecio para darle su croquetas mientras le sirve nemecio entra en escena mira a la cámara y le habla a los niños	**Pancho:** ¡nemecio hora de tu cena! **Nemecio:** ¿Siguen ahí niños?, hoy aprendimos muchas cosas entre ellas que siempre se debe rescatar a los animalitos en compañia de un adulto y de un veterinario ¿que más puede agregar pancho?	**Nemecio caminando Nemecio hablando Nemecio mirando** a pancho	12 seg	
	Pancho agachado mira hacia la cámara	**Pancho:** También acuerdense que adoptar un animalito requiere mucho tiempo, recursos y mucho amor, pero valdra la pena porque te ganarás un amigo fiel y siempre hay que hacerle sus chequeos respectivos		7 seg	
	Pancho agachado mira a nemecio y le dice	**Pancho:** Despídete nemecio ya es hora de que comas y vallas a dormir	**Nemecio asintiendo con la cabeza**	5 seg	

Imagen 15: Guion del Episodio Piloto “Las Aventuras de Nemecio” – 7ma parte

	Nemecio olfatea su comida sonrie y mira a cámara	**Nemecio:** ¡Espero la allan pasado miawtastico con nostros hasta la siguiente aventura!	**Nemecio sonriendo** y olfatenado su comida Nemecio levantando su brazo despidiendose	6 seg	
MENSAJE - SÁLIDA					
PANTALLA	**Aparece el mensaje de despedida en la pantalla**	**La bondad y el cuidado que ofrecemos a los seres más vulnerables reflejan la grandeza de nuestro propio corazón**	**Texto en el centro, pantalla con fondo de dibujos animados - ZOOM IN**	**7 seg**	Música alegre
PANTALLA	**Créditos**			1 min	Canción de despedidad

Fuente de la imagen 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15: Elaboración propia.

2.5.4.3 Cómic “Luna y Dash”:

Sinopsis:

> “Luna y Dash” es un cómic interactivo que invita a los niños a sumergirse en una historia tierna y llena de aventuras, donde ellos mismos pueden tomar decisiones y elegir qué pasará a continuación. La protagonista es Luna, una gata callejera con espíritu libre que, después de una vida difícil, es adoptada por Dash y su familia. Poco a poco, Luna descubre lo que significa sentirse querida y tener un lugar al que llamar hogar.

Aun así, su pasado sigue siendo parte de ella. Por eso, cada tanto, Luna sale en secreto a visitar a su antigua pandilla de gatos, con quienes comparte momentos divertidos, desafíos y pequeñas travesuras. Uno de esos amigos es Nemecio, un gato muy particular que, sin buscarlo, termina siendo una pieza importante dentro del universo más amplio de Pawtopia.

Este cómic no es solo para leer: es para explorar, decidir y volver a vivir. Cada elección que hacen los niños cambia el rumbo de la historia, haciendo que cada lectura sea única. Con ilustraciones coloridas, personajes entrañables y un mensaje profundo sobre la amistad, el origen y la familia, “Luna y Dash” se convierte en una experiencia cercana, divertida y llena de corazón.

Ficha Técnica:

> Como se observa en la imagen 16: El cómic de Luna y Dash, será un medio ilustrado, en formato cómic digital interactivo, contando con 4 capítulos con 5 capítulos cada uno, la plataforma donde se lanzará es en un propio dominio web de Pawtopia y su género es Infantil.
>
> Imagen 16: Ficha técnica cómic “Luna y Dash”

Imagen 16: Ficha Técnica – Cómic “Luna y Dash”



Fuente: Elaboración propia.

2.5.4.2 Podcast “Dash el aventurero”

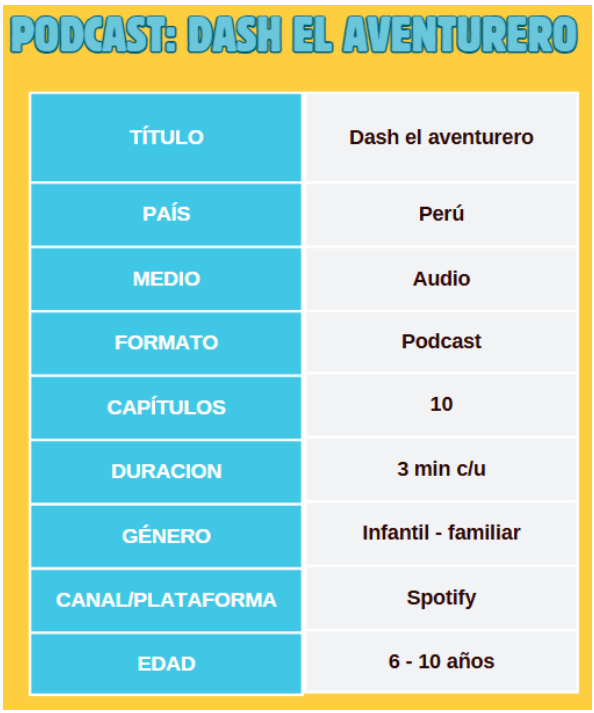
a. Sinopsis:

Imagínate escuchar a un perro contarte sus propias historias, con esa chispa única que solo él tiene. Así es *Dash el Aventurero*: un podcast donde Dash —sí, ese perro leal y soñador que conociste en *Las Aventuras de Nemecio*— toma el micrófono para llevarnos a recorrer el mundo desde su punto de vista. Con su voz amigable y su manera tan particular de ver la vida, Dash nos cuenta lo que ha vivido: momentos divertidos, otros más emotivos, y algunas situaciones en las que tuvo que aprender a ser valiente o a confiar en sus amigos. Pero más que cuentos, son pequeñas reflexiones disfrazadas de aventuras. Porque con Dash, hasta lo más simple puede volverse especial. Cada episodio se siente como una charla íntima, como si estuvieras escuchando a tu mejor amigo de cuatro patas contarte cómo le fue en su día. Y sin darte cuenta, entre risas o alguna que otra lagrimita, vas aprendiendo cosas importantes: cómo manejar lo que sientes, cómo tratar a los demás, o simplemente cómo ser tú mismo. *Dash el Aventurero* no necesita grandes efectos ni trucos. Solo una voz cercana, muchas ganas de contar, y un corazón enorme lleno de historias por compartir.

b. Ficha Técnica:

Como se observa en la imagen 17: El podcast “Dash el aventurero”, será transmitido en Perú en un formato de podcast, de audio como medio, contando con 10 capítulos de 3 minutos cada uno, se encuentra en el género Infantil – Familiar, será lanzado en la plataforma de Spotify, para un público de la edad de 6 a 10 años.

Imagen 17: Ficha Técnica – Podcast “Dash el aventurero”



Fuente: Elaboración propia.

2.5.4.3 Videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”:

a. Sinopsis:

Orejitas es un muy buen amigo de Nemecio. Aprendiendo con Orejitas" es una encantadora serie de videotutoriales diseñada especialmente para niños y sus familias. En cada episodio, los más pequeños de la casa se embarcan en una divertida aventura culinaria junto a Orejitas, un tierno conejo de peluche que cobra vida como marioneta. Con su carisma y entusiasmo, Orejitas enseña paso a paso cómo preparar recetas saludables para sus mascotas y platos fáciles y deliciosos que los propios niños pueden disfrutar. Más que una simple guía de cocina, este espacio

busca fortalecer los lazos familiares a través de actividades compartidas, fomentando hábitos de alimentación consciente y el cuidado responsable de los animales. Disponible en YouTube Kids, "Aprendiendo con Orejitas" transforma la cocina en un lugar de juego, aprendizaje y amor.

b. Ficha técnica:

Como se observa en la imagen 18: Los videos tutoriales, los cuales se transmitirán en Perú, tienen el medio de video, con un formato de video tutoriales, contando con 7 capítulos de 5 a 8minutos cada uno, está dentro del género Infantil – Famiiar, será lanzado por YouTube Kids, para una audiencia de niños de los 4 a 10 años de edad.

Imagen 18: Ficha Técnica: Videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la imagen 19: La diseño visual para esta transmedia se planea en un set de televisión, donde una marioneta, quien será una persona disfrazada tendrá el papel de Orejitas, quien enseñará a los niños a cocinar.

Imagen 19: Diseño Visual - Videos Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”



Fuente: Dreamina IA.

Pawtopia es mucho más que una propuesta audiovisual dirigida a un público infantil; es un universo narrativo cuidadosamente diseñado para educar y sensibilizar desde la infancia, utilizando herramientas digitales y físicas que conectan con la realidad de los niños y sus entornos familiares. La propuesta combina medios interactivos como series, podcasts, cómics y recetarios, con objetos físicos que fortalecen el vínculo emocional con los contenidos

En el plano digital, Pawtopia se desarrolla principalmente en plataformas como YouTube Kids y Spotify, y está dirigido a niños entre los 4 y 10 años. Cada formato tiene una finalidad educativa distinta:

1. La serie web "Las Aventuras de Nemecio" enseña sobre el cuidado animal a través de historias divertidas protagonizadas por un gato curioso y carismático.

2. El podcast "Dash el Aventurero" aborda el desarrollo emocional y el trabajo en equipo, a través de relatos narrados por personajes entrañables.
3. Los videotutoriales "Aprendiendo con Orejitas" promueven la cocina saludable para las mascotas y recetas fáciles para los niños, incentivando la unión familiar.
4. El cómic "Luna y Dash" toca temas como la empatía y el bullying desde un enfoque accesible para niños mayores de seis años.

En el plano físico, la propuesta se apoya en materiales como álbumes coleccionables, stickers, recetarios impresos y merchandising. Estos elementos tangibles se entregan como incentivos en supermercados y tiendas de mascotas, lo que permite que el proyecto salga del entorno digital y genere experiencias presenciales significativas para los niños. Algunos productos incluyen códigos QR que conectan al usuario con contenidos exclusivos en línea, creando un puente directo entre el mundo físico y el digital.

Dentro de la mecánica del producto, el acceso al universo Pawtopia es simple y progresivo. Los niños primero entran en contacto con uno de los elementos físicos gratuitos (por ejemplo, un álbum entregado en supermercados) y, a través de los personajes, se sienten motivados a seguir explorando el contenido en plataformas digitales. Cada producto está diseñado para ser parte de un recorrido emocional y formativo:

- El niño descubre un personaje que le genera simpatía.
- Luego accede a contenidos interactivos que profundizan en su historia.
- Finalmente, participa activamente: cocinando en casa, pegando stickers, escribiendo cartas, o siguiendo retos creativos.

Esto crea un ecosistema lúdico-educativo donde el niño no solo es espectador, sino protagonista activo de su aprendizaje. La presencia de materiales físicos no es decorativa, sino estratégica: fortalece la recordación, el apego emocional, y tiende a pasar por experiencias compartidas con padres o cuidadores. En el caso del triple balance. En el caso económico, Pawtopia se sostiene a través de alianzas estratégicas con marcas afines (como supermercados,

librerías y tiendas de mascotas), quienes distribuyen materiales promocionales como parte de sus propias ventas. Esto permite una estrategia de crecimiento orgánico con bajo costo de adquisición de usuarios. Además, se abre la posibilidad de generar ingresos por merchandising y contenidos premium en línea.

En el caso social, el impacto social es el eje central del proyecto. Pawtopia busca contribuir a la formación de una infancia más empática, consciente y respetuosa. Los temas abordados –como la adopción de mascotas, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos, o la salud emocional– responden a problemáticas reales en el desarrollo infantil. Además, se convierte en una herramienta útil para padres y educadores que desean reforzar valores de manera divertida y didáctica.

Por último, en el balance ambiental, a través de sus historias y personajes, Pawtopia transmite mensajes que promueven el respeto por la biodiversidad, la protección del medio ambiente y el bienestar animal. Por ejemplo, capítulos que explican la adopción responsable o la importancia de mantener limpios los hábitats naturales ayudan a sembrar conciencia desde edades tempranas. Incluso el contenido de los tutoriales incluye prácticas sostenibles como el reciclaje en manualidades o el uso de productos locales en las recetas.

2.5.5. Modelo de Negocio:

Pawtopia tiene como base un modelo de negocio transmedia que permite su monetización a través de distintos canales digitales y físicos. En el entorno digital, la principal fuente de ingresos proviene de YouTube Kids, donde la serie animada genera rentabilidad mediante el programa de monetización de la plataforma. Esto incluye ingresos por visualizaciones, anuncios (adsense) y posibles patrocinios o menciones dentro del contenido. A medida que el canal gana suscriptores y mantiene una audiencia constante, se activa la opción de ingresos por reproducciones, así como la posibilidad de integrar productos promocionados o colaboraciones con marcas infantiles. Además, el proyecto incorpora podcasts alojados en Spotify, que pueden monetizarse mediante alianzas con marcas o mediante programas de suscripción y reproducción financiada.

Por otro lado, en el ámbito físico, Pawtopia plantea la distribución gratuita de álbumes, stickers y recetarios en supermercados y tiendas de mascotas, como parte de estrategias promocionales. Estos productos no se venden directamente, pero funcionan como herramientas de fidelización y acceso al contenido digital, elevando el número de usuarios en las plataformas y, por ende, el alcance de la monetización online. A futuro, también existe la posibilidad de generar ingresos por venta de merchandising (camisetas, libros, juguetes) y el desarrollo de licencias para publicaciones o productos educativos. En conjunto, el modelo apuesta por una combinación entre visibilidad masiva gratuita y monetización por audiencia digital, apuntando a una escalabilidad sostenida a medida que crece la comunidad infantil seguidora de Pawtopia.

2.5.5.1 Estrategia de sostenibilidad a mediano y largo plazo:

Si bien Pawtopia cuenta con un modelo de negocio transmedia que combina monetización digital y acciones físicas de fidelización, como ya se ha detallado, es importante considerar también cómo se sostendrá el proyecto en el tiempo y qué alternativas existen si la rentabilidad no se alcanza de forma inmediata.

Para ello, se plantea una estrategia complementaria de sostenibilidad, basada en tres pilares: diversificación de ingresos, alianzas estratégicas y planificación progresiva.

En primer lugar, se considera el desarrollo de un modelo freemium en fases futuras, donde el contenido principal siga siendo gratuito, pero se incorporen elementos educativos exclusivos —como materiales descargables, contenido adicional del cómic o actividades interactivas— accesibles a través de una tienda virtual o una membresía básica. Esta opción permite generar ingresos sin afectar la experiencia abierta de Pawtopia, especialmente en el entorno familiar.

En segundo lugar, se abre la posibilidad de establecer alianzas con ONGs, marcas con enfoque social o instituciones públicas, que puedan financiar la producción o distribución del contenido como parte de su responsabilidad social o estrategia educativa. Este tipo de colaboraciones podrían facilitar la llegada de Pawtopia a nuevas regiones, incluso más allá del entorno digital.

Finalmente, se ha proyectado un esquema simple a tres niveles, que orienta el crecimiento del proyecto de manera progresiva:

Año	Foco estratégico	Meta principal
1	Consolidación digital	Estabilizar audiencia en plataformas y recuperar inversión básica
3	Diversificación	Ampliar ingresos con productos físicos y recursos educativos premium
5	Escalamiento	Expandir el universo Pawtopia regionalmente y acceder a fondos culturales

Como parte de este plan, también se contempla la posibilidad de postular a fondos internacionales orientados a educación, niñez y cultura, como los ofrecidos por UNICEF, UNESCO, o convocatorias de innovación educativa. Estas fuentes externas podrían brindar soporte económico o técnico que refuerce la continuidad y el impacto del proyecto.

2.5.5.2 Estrategia de autonomía digital y mitigación de riesgos tecnológicos:

Aunque YouTube Kids y Spotify han sido seleccionadas como las principales plataformas para la distribución inicial de Pawtopia, debido a su amplio uso entre el público infantil, es importante reconocer que este tipo de servicios digitales pueden verse afectados por cambios en sus políticas, restricciones de acceso o condiciones de monetización. En ese sentido, el proyecto contempla una estrategia de respaldo que garantice la continuidad del contenido y la experiencia educativa, incluso ante posibles escenarios adversos.

Como parte de esta previsión, se propone la creación de un micrositio web oficial de Pawtopia, donde las familias puedan encontrar reunido todo el universo transmedia del proyecto: los episodios de la serie, los capítulos del podcast, el cómic interactivo, recetas, materiales descargables y retos familiares. Esta plataforma permitiría mantener el control sobre la disponibilidad del contenido, y ofrecer una experiencia segura y estable para los usuarios.

Además, se plantea como alternativa futura el desarrollo de una aplicación móvil básica, orientada a facilitar el acceso a los materiales desde dispositivos

personales, incluso sin conexión permanente a internet. Esta herramienta resultaría especialmente útil para familias que viven en zonas con conectividad limitada o intermitente.

Finalmente, se sugiere diseñar una matriz de riesgos tecnológicos, que permita anticipar posibles escenarios críticos relacionados con las plataformas digitales, y definir desde el inicio acciones correctivas concretas para asegurar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

Como se observa en la imagen 20: Canvas Propuesta de Valor, Pawtopia busca conectar con los niños ofreciendo un contenido que no solo entretiene, sino que también enseña valores como la empatía y el respeto hacia los animales. En el espacio de lo que el usuario necesita hacer (Jobs to be done), se identifica el deseo de encontrar contenido educativo, seguro y divertido. Entre los beneficios esperados (Gains), se valora que el material sea visualmente atractivo y fomente la conexión familiar a través de elementos interactivos. En cuanto a las frustraciones (Pains), se evidencian preocupaciones de los padres por contenidos sin propósito o con mensajes inadecuados, así como el desinterés infantil ante propuestas rígidas. Frente a esto, la propuesta de valor se sostiene en una experiencia educativa que combina animación en 2D con elementos reales, buscando enseñar desde el juego, la emoción y la cercanía con los personajes.

Imagen 20: Canvas Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración Propia.

2.5.6 Resultados esperados:

El resultado esperado de Pawtopia es que, al entrar en contacto con el público, este universo genere una conexión emocional inmediata con los niños, fomentando valores como la empatía y el cuidado animal.
Además, se proyecta una aceptación positiva por parte de los padres, al tratarse de un contenido educativo, seguro y entretenido.
A nivel general, la propuesta debería posicionarse como una alternativa valiosa dentro del mercado de contenidos infantiles con enfoque formativo.

2.5.6.1 Propuesta de extensión territorial e inclusión en contextos rurales

Si bien Pawtopia ha sido pensado principalmente para niñas y niños que viven en ciudades con acceso a plataformas digitales como YouTube y Spotify, también es importante reconocer que en el Perú existen muchas comunidades rurales donde el acceso a internet es limitado o nulo. Por eso, en una etapa futura, se contempla ampliar el alcance del proyecto hacia estos contextos, adaptando los contenidos y medios de distribución para asegurar que más niñas y niños puedan beneficiarse del mensaje educativo que propone.

Dentro de esta posible expansión, se plantean tres líneas de acción:

- **Versión impresa del cómic "Luna y Dash"**, pensada para ser entregada en escuelas rurales, bibliotecas comunales o espacios educativos alternativos. Esta adaptación permitiría que las historias de Pawtopia lleguen a más niños, sin depender de una pantalla o conexión a internet.
- **Edición radial del podcast "Dash el aventurero"**, con episodios adaptados al formato narrativo oral y emitidos a través de radios locales. La radio sigue siendo un medio de gran presencia en zonas rurales, especialmente en comunidades quechua y aimara hablantes.
- **Kits físicos educativos**, que incluyan materiales como cartas, recetarios impresos, stickers o actividades lúdicas, diseñados para distribuirse en campañas escolares, ferias comunitarias o mediante alianzas con ONGs o instituciones públicas.

Esta propuesta no forma parte de la ejecución inmediata del proyecto, pero sí representan una posible línea de desarrollo si Pawtopia logra una buena acogida en su fase inicial y se abren oportunidades de colaboración con actores que trabajen en zonas rurales. La idea es que, a mediano plazo, Pawtopia pueda crecer de forma inclusiva y equitativa, adaptándose a diferentes realidades sin perder su esencia educativa.

2.5.7 Prototipos desarrollados:

En el caso específico del proyecto Pawtopia, se puede determinar que su propuesta actual se encuentra en el nivel de prototipo de alta fidelidad**.**

Esta clasificación se justifica por diversos factores. En primer lugar, la propuesta de Pawtopia ya integra múltiples componentes que han sido trabajados con un nivel considerable de detalle y coherencia, porque se trata únicamente de ideas esbozadas en papel, sino de contenidos desarrollados **y** estructurados como guiones de serie, capítulos de podcast, cómics ilustrados y videotutoriales con secuencias planificadas. Además, se incluyen piezas físicas como álbumes coleccionables, recetarios impresos y stickers, lo que demuestra un avance significativo en términos de producción material.

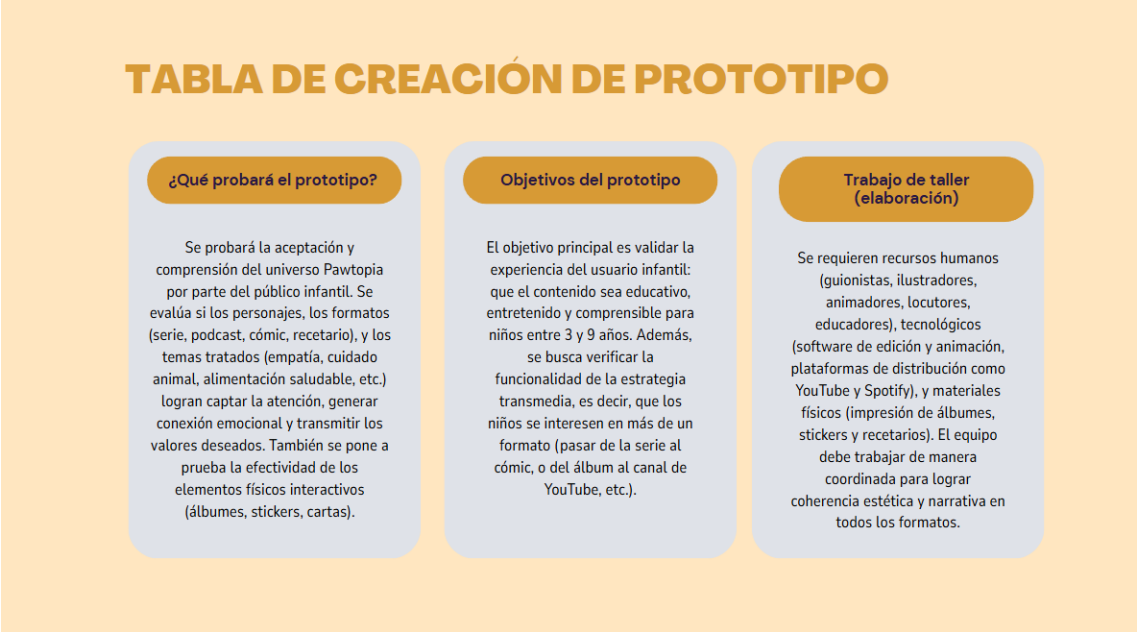
Por otro lado, el uso de plataformas reales de distribución como YouTube y Spotify confirma que la propuesta no solo ha sido conceptualizada, sino también preparada para su implementación y prueba en contextos reales. Esta puesta en marcha en medios digitales es una característica distintiva de los prototipos de alta fidelidad, ya que permite evaluar con mayor precisión la interacción del usuario, su comportamiento y la recepción del contenido.

Asimismo, Pawtopia no se limita a mostrar una solución estética, sino que explora también la funcionalidad educativa y emocional de su narrativa. Esto incluye el testeo de elementos interactivos como códigos QR, cartas de retroalimentación y desafíos que permiten recolectar datos cualitativos sobre la experiencia de los usuarios (en este caso, los niños y sus familias).

2.5.8 Experimentos:

Como se observa en la imagen 21: Tabla de Creación de Prototipo, el proyecto Pawtopia evalúa principalmente la forma en que el público infantil recibe y comprende el universo narrativo planteado. Se pone a prueba la reacción ante los personajes, los temas tratados y los formatos utilizados, así como el nivel de conexión emocional generado. El objetivo principal es validar si el contenido resulta claro, entretenido y educativo para niños entre 4 y 10años, y comprobar si la propuesta transmedia logra mantener su interés a través de diferentes plataformas. Para ello, es necesario un equipo multidisciplinario que trabaje en conjunto, desde ilustradores y guionistas hasta técnicos y educadores, cuidando que todos los elementos.

Imagen 21: Tabla de Creación de Prototipo



Fuente: Elaboración propia.

2.5.8.1 Encuesta:

Encuesta sobre la participación de padres de familia en contenido audiovisual educativo

Con el fin de analizar la participación de padres y madres de familia en relación al consumo y acompañamiento de contenido audiovisual educativo dirigido a sus hijos e hijas, se diseñó y aplicó una encuesta digital estructurada a través de Google Forms. Esta herramienta permitió recolectar datos cualitativos y

cuantitativos que sirven de base para interpretar actitudes, hábitos, intereses y niveles de involucramiento de los adultos en el uso de contenidos con fines pedagógicos y recreativos.

La encuesta constó de **15 preguntas**, elaboradas en formatos de selección múltiple, escala de frecuencia y respuesta abierta. Fue compartida de manera virtual y anónima, garantizando la confidencialidad de la información obtenida. Este cuestionario fue aplicado como parte del presente estudio para comprender las percepciones parentales sobre los contenidos audiovisuales educativos y su impacto en el aprendizaje temprano.

El formulario puede ser consultado en el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/1b83LN9OPiegju3NfKQRoCwPbrhQ-Lex4ByoA4Ii_7E0/preview

Estructura de la Encuesta

A continuación, se detallan las preguntas planteadas junto con sus respectivas opciones de respuesta:

1. **¿Tiene hijos o hijas?**
    - Sí
    - No
2. **¿Qué edad tiene su hijo/a?**
    - 4-5 años
    - 6-7 años
    - 8-9 años
    - 10 años
3. **¿En qué ciudad viven actualmente?**
    - Lima
    - Cusco
    - Trujillo
    - Arequipa
    - Piura

4. **¿Qué dispositivos suele usar su hijo/a para consumir contenido digital? (Puede marcar más de uno)**
    - Celular
    - Tablet
    - Televisor inteligente
    - Laptop /Computadora
    - Otro
5. **¿Qué tipo de contenido consume su hijo/a con más frecuencia?**
    - Dibujos animados
    - Podcasts infantiles
    - Juegos interactivos
    - Cuentos narrados
    - Recetas o manualidades
6. **¿Cuáles plataformas usa más su hijo/a?**
    - YouTube
    - Netflix
    - TikTok
    - Spotify
7. **¿Usted acompaña o supervisa los contenidos que ve su hijo/a?**
    - Siempre
    - A veces
    - Casi nunca
    - Nunca
8. **¿Tiene su hijo/a una mascota?**
    - Sí
    - No
    - No, pero desea tener una
9. **¿Con qué frecuencia hablan en casa sobre el respeto hacia los animales?**
    - Frecuentemente
    - Ocasionalmente
    - Rara vez

- Nunca

10. ¿Considera que su hijo/a demuestra empatía hacia los animales?

- Sí, mucho
- Algo
- Muy poco
- No lo sé

11. ¿Te gustaría que tu hijo/a vea un contenido que busca enseñar empatía, respeto animal y cuidado del medio ambiente?

- Sí
- No
- Tal vez

12. ¿Con qué frecuencia su hijo/a ve contenido digital (series, cuentos, videos)?

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Algunas veces por semana
- Casi nunca

13. ¿Le interesaría que su hijo/a vea un contenido animado en 2D que también tenga elementos del mundo real (niños, mascotas reales, recetas familiares)?

- Sí, me parece innovador
- Podría funcionar
- No
- No me convence

14. ¿En general, los contenidos que ve su hijo/a le parecen útiles para su educación y valores?

- Sí, la mayoría
- Algunos sí

- Muy pocos
- No, casi ninguno

15. **A muchos niños les hace ilusión que sus padres los acompañen a ver sus series favoritas. Si existiera un programa educativo que combine animación 2D con personas reales para enseñar sobre el cuidado animal y el respeto por la naturaleza, ¿estarías dispuesto/a a verlo junto a tu hijo/a?**

- Sí, me gustaría compartir ese momento con mi hijo/a y también aprender juntos.
- Sí, lo acompañaría, aunque el contenido esté dirigido principalmente a niños.
- Tal vez lo vería algunas veces, según el interés de mi hijo/a.
- No creo que me interese, prefiero que lo vea solo/a.
- Me parecería aburrido ver una serie así.

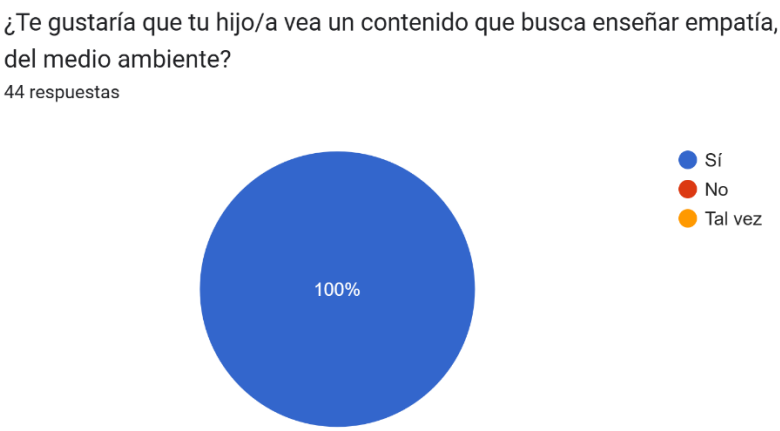
2.5.8.2 Resultados cuantitativos de validación inicial:

Durante la fase de exploración del proyecto Pawtopia, se llevó a cabo una encuesta dirigida a 44 padres y madres de familia con hijos entre los 4 y 10 años, residentes en su mayoría en Lima, así como en Cusco, Arequipa, Piura y Trujillo. El objetivo fue conocer los hábitos de consumo digital infantil, sus percepciones sobre los contenidos actuales y su disposición frente a propuestas educativas con enfoque emocional y ambiental.

Los resultados reflejan un alto interés y apertura hacia la propuesta de Pawtopia. Entre los hallazgos más relevantes destacan:

- Como se observa en la gráfica 1: El 100% de los participantes afirmó que le gustaría que sus hijos accedan a contenidos que promuevan empatía, respeto por los animales y conciencia ambiental desde edades tempranas.

Gráfica 1: Aceptación total del enfoque educativo de Pawtopia



Fuente: Google Forms.

- Como se observa en la gráfica 2: El 72.7% expresó su disposición a ver el contenido junto a sus hijos, valorando no solo el componente formativo, sino también la posibilidad de generar momentos compartidos en familia.

Gráfica 2: Disposición de los padres a compartir contenido educativo con sus hijos



Fuente: Google Forms.

- Como se observa en la gráfica 3: Un 79.5% consideró innovadora la combinación entre animación 2D y elementos del mundo real, como la presencia de personas reales, recetas familiares o mascotas auténticas.

Gráfica 3: Valoración de un contenido híbrido: animación 2D + mundo real

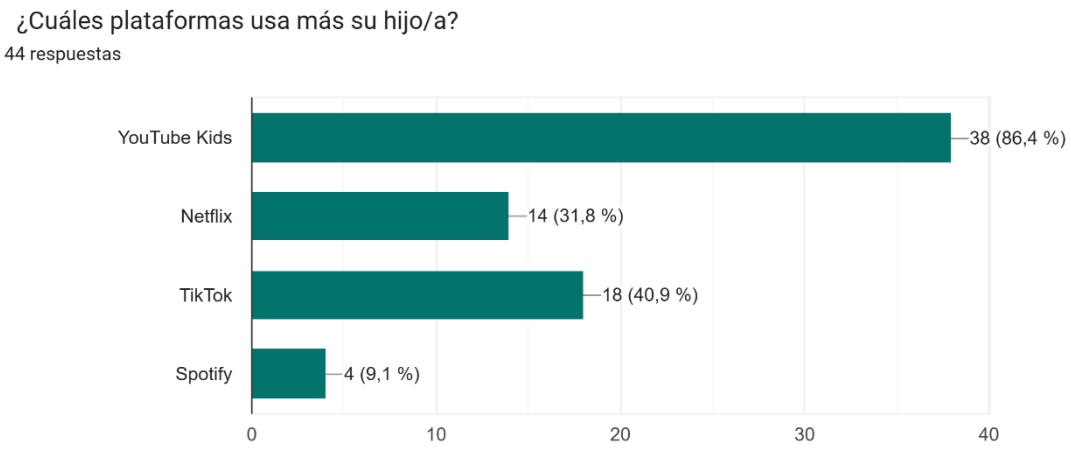


Fuente: Google Forms.

En cuanto a los hábitos de consumo digital en casa:

- Como se observa en la gráfica 4: Las plataformas más utilizadas por los niños son YouTube Kids (86.4%) y TikTok (40.9%), lo que coincide con la elección de Pawtopia como una propuesta nativa para entornos digitales.

Gráfica 4: Plataformas digitales más utilizadas por niños de 4 a 10 años

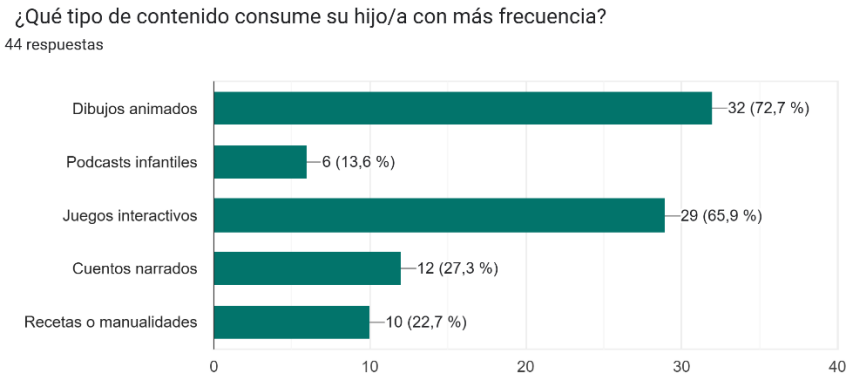


Fuente: Google Forms.

- Como se observa en la gráfica 5: El contenido más frecuentemente consumido son los **dibujos animados (72.7%)**, seguido de los **juegos**

interactivos (65.9%), evidenciando la preferencia por formatos visuales y dinámicos.

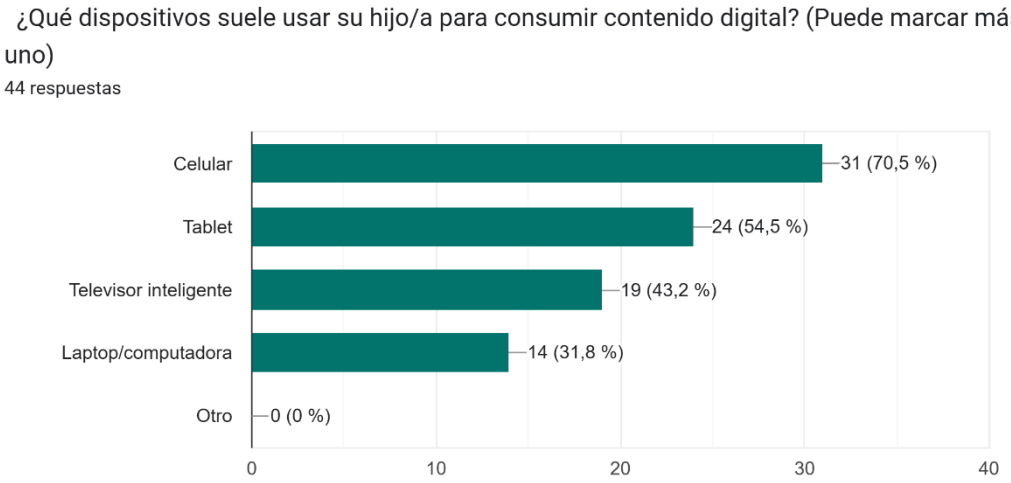
Gráfica 5: Preferencias infantiles por contenido animado e interactivo.



Fuente: Google Forms.

- Como se observa en la gráfica 6: Los dispositivos más comunes son los celulares (70.5%) y las tablets (54.5%), lo cual refuerza la necesidad de que Pawtopia sea accesible desde pantallas móviles.

Gráfica 6: Dispositivos más utilizados por niños para acceder a contenido digital

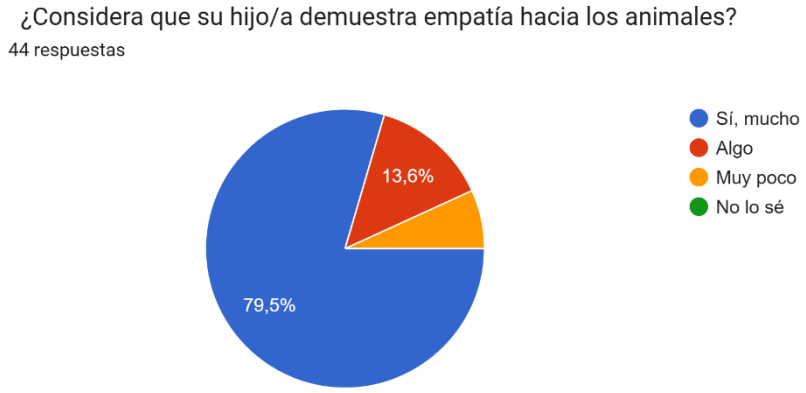


- Fuente: Google Forms.

Finalmente, como se observa en la gráfica 7: Si bien muchos padres perciben que sus hijos muestran sensibilidad hacia los animales (un 79.5% respondió

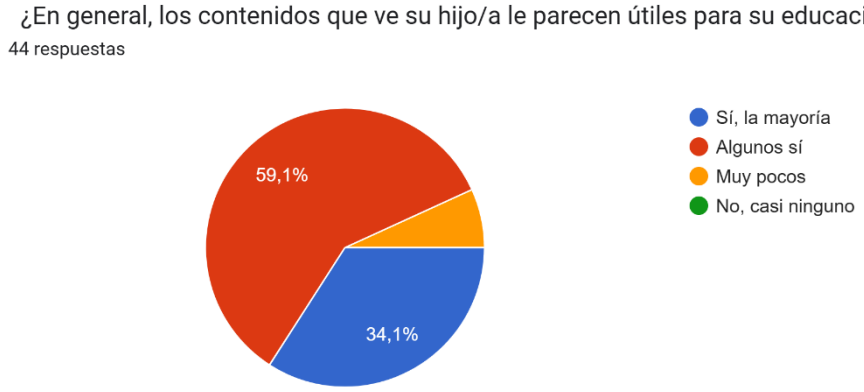
afirmativamente), como se observa en la gráfica 8: solo el 34.1% considera que la mayoría del contenido digital actual realmente contribuye a su formación en valores.

Gráfica 7: Nivel de empatía animal percibido en niños por sus padres.



Fuente: Google Forms.

Gráfica 8: Percepción de utilidad educativa en el contenido digital actual para niños



Fuente: Google Forms.

Esto revela una oportunidad clara: existe una audiencia dispuesta a consumir contenido con propósito, pero una escasa oferta educativa emocional en el entorno digital.

Como propuesta futura, si bien esta encuesta permitió identificar una alta aceptación por parte de padres de familia, se plantea para una siguiente etapa

una validación directa con niños y niñas a través del testeo de fragmentos de la serie, el cómic o el podcast. Este proceso permitiría recoger reacciones emocionales, aprendizajes percibidos y nivel de conexión con los personajes, aportando así evidencia cualitativa complementaria. Asimismo, se prevé diseñar una evaluación a mediano plazo para medir posibles cambios en actitudes y comportamientos hacia el cuidado animal tras el consumo del contenido.

2.5.8.3 Evaluación pedagógica y fundamentos teóricos

Pawtopia busca fomentar en los niños valores como la empatía, el respeto por los animales y la conciencia ambiental, integrando lo educativo con lo lúdico. Si bien el enfoque tiene una clara intención formativa, también es importante asegurar que sus contenidos estén alineados con principios del desarrollo infantil y del aprendizaje significativo.

Durante la etapa de conceptualización del proyecto, se contó con el apoyo informal de una psicopedagoga que brindó orientación sobre las etapas del desarrollo cognitivo y emocional en niños entre 4 y 10 años, lo que permitió ajustar el tono, lenguaje y tipo de actividades sugeridas. A partir de ello, se priorizó la creación de personajes con carga emocional positiva, situaciones cotidianas que inviten a la reflexión, y dinámicas interactivas que promuevan la conexión con el contenido desde la experiencia personal.

Desde el plano teórico, Pawtopia se fundamenta principalmente en tres enfoques:

- **Jean Piaget**, con su teoría de las etapas del desarrollo cognitivo, particularmente la etapa preoperacional (2-7 años) y la etapa de las operaciones concretas (7-11 años), donde los niños comienzan a representar el mundo simbólicamente y a razonar con base en hechos concretos. Esto justifica el uso de personajes fantásticos, elementos visuales llamativos y actividades prácticas.
- **Lev Vigotsky**, especialmente en relación a su concepto de Zona de Desarrollo Próximo (ZDP)**,** que señala la importancia de la guía de adultos o pares para avanzar en el aprendizaje. Pawtopia busca justamente

generar contenido que pueda ser consumido de manera compartida entre niños y adultos, favoreciendo el diálogo y el acompañamiento.

- **David Ausubel**, a través del aprendizaje significativo, que ocurre cuando la nueva información se relaciona con conocimientos previos del niño. Por ello, los contenidos de Pawtopia parten de situaciones cotidianas (como adoptar una mascota, reciclar o preparar una receta familiar), conectando con experiencias cercanas a su realidad.

De cara a una posible implementación a gran escala, se propone conformar un comité asesor educativo en futuras fases del proyecto, integrado por docentes, psicopedagogos y comunicadores educativos, que permita validar la calidad pedagógica de los contenidos y proponer mejoras continuas.

2.5.9 Resumen del proyecto de Innovación:

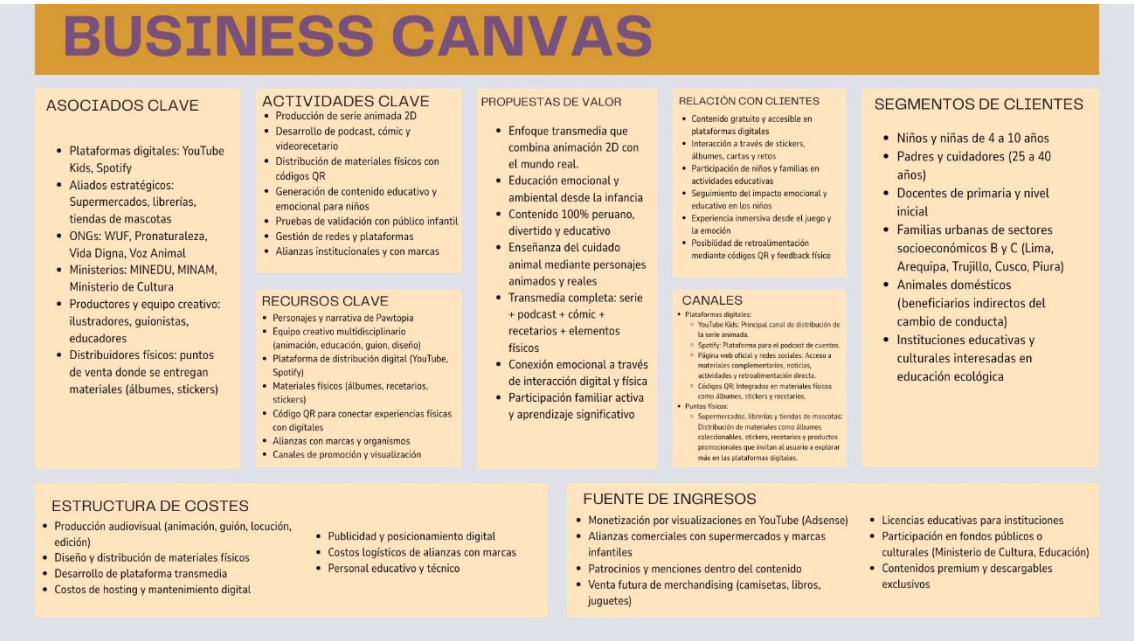
Como se observa en la imagen 22: Business Canvas, el proyecto Pawtopia tiene como asociados clave a las plataformas digitales como: Youtube Kids, Spotify, etc, como aliados estratégicos tiene a los supermercados, librerías y tiendas de mascotas, también tiene a las ONGs como: WUF, Pronaturaleza, Vida Digna y Voz Animal, también tiene como asociados a los ministerios: MINAM, MINEDU, Ministerio de la cultura, luego también como otro asociado tiene a los productores y equipos creativos como los guionistas, ilustradores, editores, etc, y como último asociado tiene a los distribuidores físicos: puntos de venta donde se entregan álbumes y stickers de Pawtopia.
Luego se muestra las actividades clave, etre ellas tenemos: la producción de la serie animada en 2d, el desarrollo del podcast, cómic y videorecetario, a la distribución de materiales físicos con códigos QRs, la generación de contenido educativo y emocional para niños, las pruebas de validación con público infantil, la gestión de redes y plataformas y como última activad clave tenemos a las alianzas institucionales con marcas.

Además, se muestra los recursos clave, teniendo a los personajes y narrativa de Pawtopia, equipo creativo multidisciplinario (animación, educación, guión y diseñ), teniendo también las plataformas de distribución (Youtube, Spotify), materiales físicos (álbumes, recetarios y stickers), código QR, alianzas con

marcas y canales de promoción y visualización. Como propuesta de valor se muestra el enfoque transmedia que combina la animación 2d y el mundo real, la educación emocional y ambiental desde la infancia. Luego se muestra la relación con clientes, teniendo contenido gratuito y accesible en plataformas digitales, interacción a través de stickers, álbumes, cartas y retos.

Como canales, se muestran las plataformas digitales y puntos físicos. Como segmentos de clientes se muestra: niños y niñas de 4 a 10 años, padres y cuidadores (25 a 40años) docentes de primaria y nivel inicial, familias urbanas de sectores socioeconómicos B y C (Lima, Arequipa, Trujillo, Cusco y Piura), animales domésticos (beneficiarios indirectos del cambio de conducta) e instituciones educativas y culturas interesadas en la educación ecológica. Como estructura de costes se tiene: La producción audiovisual (animación, guion, locución y edición), diseño y distribución de materiales físicos, desarrollo de plataforma transmedia, costos de hosting y mantenimiento digital, publicidad y posicionamiento digital, costos logísticos de alianzas con marcas, personal educativo y técnico. Por último, como fuente de ingresos se muestra la monetización por visualizaciones en YouTube, alianzas comerciales con supermercados y marcas infantiles, patrocinios y menciones dentro del contenido, venta futurade merchandising, licencias educativas para instituciones, participación en fondos públicos o culturales (Ministerio de la cultura, Educación) y contenidos premium y descargables exclusivos.

Imagen 22: Business Canvas



Fuente: Elaboración propia.

Pawtopia está concebido como un universo transmedia con capacidad de crecer y adaptarse a distintos escenarios, lo cual lo vuelve sostenible tanto a corto como a largo plazo. Su diseño combina lo digital con lo físico, lo educativo con lo lúdico, y lo emocional con lo informativo. Esta estructura le permite conectar con nuevas generaciones sin depender únicamente de una plataforma o formato.

Su sostenibilidad radica, por un lado, en el modelo de monetización digital, donde la serie animada en YouTube y los podcasts en Spotify generan ingresos mediante visualizaciones, suscripciones y posibles colaboraciones con marcas alineadas al propósito educativo. Por otro lado, el proyecto contempla alianzas con supermercados, librerías y tiendas de mascotas, quienes pueden distribuir materiales físicos (como álbumes, stickers y recetarios) como parte de sus campañas familiares, sin generar altos costos para la producción.

Además, al estar anclado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4, 12 y 15), Pawtopia puede optar a fondos públicos y convocatorias culturales o educativas, nacionales e internacionales, asegurando así apoyo institucional. Su enfoque responsable, inclusivo y formativo le da un valor agregado que permite su vigencia en el tiempo.

Tras el desarrollo inicial del universo Pawtopia, el siguiente paso será consolidar una primera temporada completa de la serie animada y asegurar una distribución constante en plataformas digitales como YouTube Kids y Spotify.

Luego, se plantea una nueva iteración, que consiste en recoger las opiniones de niños, familias y docentes sobre los contenidos existentes, con el fin de mejorarlos y ajustarlos a sus intereses reales. Esta retroalimentación servirá también para crear nuevos episodios, cómics, y recetas, manteniendo la narrativa fresca y cercana.

Para la etapa de réplica, se busca llevar Pawtopia a regiones fuera de Lima, como Arequipa, Trujillo y Cusco, adaptando algunos contenidos a contextos culturales locales, en alianza con escuelas y organizaciones sociales. Esta versión regional permitirá validar la propuesta en otros entornos y conectar con más niños.

En cuanto a la masificación, el objetivo es convertir Pawtopia en un recurso de uso libre en instituciones educativas y hogares. Esto se logrará mediante convenios con el Ministerio de Educación, ONGs y medios de comunicación que quieran promover valores ecológicos y de empatía en la infancia. Asimismo, se prevé la expansión de la línea de productos físicos (álbumes, kits familiares, cartas educativas) a más puntos de distribución.

Recursos Necesarios: Humanos, Materiales y Tecnológicos

Humanos:

- Ilustradores y animadores 2D: responsables del diseño visual y narrativo de los personajes.
- Guionistas infantiles: encargados de estructurar los contenidos con lenguaje cercano y educativo.
- Narradores y locutores: voces para los personajes de los podcasts y la serie.
- Especialistas en educación y psicopedagogía: asesoran en los enfoques emocionales y formativos.

- Equipo técnico: editores de video, desarrolladores web, diseñadores gráficos.
- Gestores culturales y de alianzas: encargados de articular el proyecto con marcas, ONGs y entidades estatales.

Materiales:

- Impresiones físicas: álbumes coleccionables, stickers, recetarios ilustrados, cartas educativas.
- Material de promoción: packaging, códigos QR, merchandising (camisetas, cartucheras, juguetes).
- Kits familiares para experiencias presenciales (repartidos en supermercados y eventos).

Tecnológicos:

- Software de animación y diseño: Adobe After Effects, Illustrator, Photoshop, Toon Boom o similares.
- Plataformas de edición y audio: Adobe Audition, Audacity o GarageBand para el desarrollo de podcasts.
- Alojamiento y desarrollo web: servidores para el micrositio Pawtopia con integración QR.
- Plataformas de difusión: YouTube Kids, Spotify, redes sociales (Instagram, TikTok).
- Sistema de métricas y feedback: herramientas para monitorear el impacto, comentarios y engagement del público.

III. Estimación de costos:

3.1 Serie “Las Aventuras de Nemecio”:

3.1.1. Realización:

La realización de una serie, se divide en tres partes: pre producción, producción y post producción. A continuación, se muestra los costos que se manejan por cada etapa de la serie.

a) La pre producción, se planifica con pagos únicos, es decir, que se maneja en entregas freelance.

Tabla 1: Sueldos de la pre producción de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Rol	Tarea	Pago (S/)
Guionista infantil	10 guiones de 7 minutos	12,000
Director general	Planificación de la temporada	4,000
Psicopedagoga asesora	Validación de enfoque educativo	2,500
Director/a de arte (diseño conceptual)	Estética, personajes, colores	3,000
Storyboard artist	Visualización escena por escena	2,500
Diseñador/a de personajes	Pago por personaje: s/. 1,200 c/u	6,000
Compositor música infantil	Canciones temáticas, intro, escenas clave	4,000
Subtotal Preproducción		**34,000**

Fuente: Elaboración propia.

b) La producción, esta etapa es la más exigente. Aquí se contrata a actores, asistentes y equipo de arte por mes, ya que trabajan presencialmente en los sets. Se considera un período de 3 meses.

Tabla 2: Sueldos del rodaje de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Rol	Sueldo mensual (S/)	Tiempo	Total (S/)
2 actores (Pancho y veterinario)	3,000 c/u	3 meses	18,000
Director de escena	4,000	3 meses	12,000
Vestuarista	2,500	3 meses	7,500
Escenógrafo / Utilero	3,000	3 meses	9,000
Asistente de producción	2,000	3 meses	6,000
Director de Fotografía (DF)	4,000	3 meses	12,000
Gaffer (luces)	3,000	3 meses	9,000
Foquista / 2do cámara	2,500	3 meses	7,500
Sonidista de rodaje	3,000	3 meses	9,000
Subtotal Producción			**90,000**

Fuente: Elaboración propia.

c) La post - producción, se maneja en entregas freelance.

Tabla 3: Sueldos de la post Producción de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Rol	Pago único (S/)	Descripción
Locutor / Narrador	3,000	Grabación de voces de personajes y narración
Editor audiovisual (montaje real)	8,000	Edición de imagen real, ritmo, estructura
Diseñador de sonido / musicalizador	2,500	Efectos de sonido, música original, mezcla
Colorista / Etalonaje	2,000	Corrección de color de imagen real
Ilustrador/a de personajes y fondos	5,000	Diseño visual de todos los elementos animados
Animador/a 2D (10 episodios)	15,000	Animación de escenas en cada episodio
Compositor de integración (realidad + 2D)	6,000	Composición, tracking, integración creíble de animaciones sobre video
Cantantes infantiles	2,000	Grabación única de todas las canciones
Subtotal Postproducción		**43,500**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Sueldos totales de la realización de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Etapa	Subtotal (S/)
Preproducción	34,000
Producción	90,000
Postproducción	43,500
TOTAL, SUELDOS SERIE	**167,500**

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2. Aquileres: (3 meses de rodaje)

Tabla 5: Alquileres de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Recurso	Mensual (S/)	Meses	Total (S/)
Cámaras + ópticas profesionales	5,000	3	15,000
Equipos de luces y sonido directo	3,000	3	9,000

Recurso	Mensual (S/)	Meses	Total (S/)
Estudio o set escénico alquilado	4,000	3	12,000
TOTAL Alquileres Producción			**36,000**

Fuente: Elaboración propia.

3.1.3. Presupuesto de Arte: (Ficticio)

Tabla 6: Presupuesto de arte ficticio para la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Rubro	Costo estimado (S/)
Construcción de escenografía infantil	6,000
Utilería interactiva y ambientación visual	4,000
Vestuario por personaje real	1,000
Decorado, mobiliario, props	3,000
TOTAL Arte Físico	**14,000**

3.1.4 Distribución:

La estrategia de distribución busca visibilidad en entornos educativos y digitales. Aunque no toda la difusión es monetizada directamente, sirve para posicionar la serie y conectar con su audiencia objetivo.

Tabla 7: Distribución de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Medio / Canal	Costo (S/)	Justificación
Publicación en YouTube Kids	0	Gratuito, pero clave para alcance masivo
Spot promocional en redes	3,500	Video editado + pauta Meta + difusión visual para presentar la serie al público (lanzamiento)
Activaciones escolares / ONGs	5,000	Posicionamiento educativo, alianzas y fidelización infantil
Material físico con QR (stickers, kits)	2,000	Los QR conectan a la web y permiten registro de usuarios o venta de materiales
Subtotal Distribución	**10,500**	

Fuente: Elaboración propia.

3.1.5 Comercialización:

Tabla 8: Comercialización de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Rubro	Costo (S/)	Descripción
Registro de marca (INDECOPI)	534	Protección de propiedad
Asesoría legal para PI y contratos	2,500	Licencias y derechos de autor
Servicios contables + SUNAT	2,000	Emisión de comprobantes, formalidad
Licencias de software y música original	2,500	Adobe, Toon Boom, música libre de derechos
Memoria de producción para fondos / pitch	1,500	Documento oficial y creativo
Paquete de presentación comercial	2,000	Dossier visual para sponsors y marcas
Subtotal Documentación y Comercialización	**11,034**	

3.1.6. Resumen del total de costos:

Tabla 9: Resumen del total de costos de la serie “Las Aventuras de Nemecio”

Categoría	Total (S/)
Preproducción	34,000
Producción	90,000
Postproducción	43,500
Alquileres	36,000
Presupuesto ficticio de arte	14,000
Distribución y monetización	10,500
Documentación y comercialización	11,034
TOTAL FINAL SERIE	**238,534 S/**

3.2 Videos Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”:

3.2.1. Realización:

La realización de la transmedia de los videorecetarios “Aprendiendo con Orejitas”, también se desarrolla en tres etapas, pre producción, producción y post producción.

a) Pre producción: Entregas freelance.

Tabla 10: Sueldos de la pre producción de los videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Rol	Pago único (S/)	Descripción
Guionista infantil (7 episodios)	3,000	Diálogos + estructura didáctica
Dirección de arte (escenografía + estilo)	1,500	Diseño del set, materiales y estilo visual
Nutricionista asesora	1,000	Validación de recetas saludables
Storyboard	1,000	Visualización previa por escena
Recetista / desarrollador culinario	1,500	Diseño real de recetas grabables
Compositor de intro y final	2,000	Música original infantil para Orejitas
Subtotal Preproducción	**10,000**	

Fuente: Elaboración propia.

b) Producción

Aunque el rodaje dura solo 1 semana, se paga por el mes a quienes trabajen en producción audiovisual profesional. La preparación de materiales, ensayos, montaje de set y rodaje completo requieren la presencia del equipo mínimo por ese mes.

Tabla 11: Sueldos de la producción de los video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Rol	Pago mensual (S/)	Total (S/)	Descripción
Titritero/a (voz + manipulación de Orejitas)	3,000	3,000	Presenta todos los episodios
Director/a de escena	3,500	3,500	Coordina grabación
Camarógrafo	3,000	3,000	Registro audiovisual
Sonidista	3,000	3,000	Captura sonido de diálogos y cocina
Escenógrafo / utilero	2,500	2,500	Monta el set visual y funcional
Vestuarista / estilista	2,000	2,000	Apoya en presentación del títere y ambientación

Rol	Pago mensual (S/)	Total (S/)	Descripción
Asistente de producción	1,800	1,800	Apoyo general y logística
Subtotal Producción	**18,800**		

Fuente: Elaboración propia.

c) Post producción: Entregas freelance.

Tabla 12: Sueldos de la post producción de los videos tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Rol	Pago único (S/)	Descripción
Editor de video	4,000	Edición de 7 episodios
Diseñador gráfico	1,000	Títulos, placas, recursos visuales
Música / efectos	1,000	Sonorización y ambientación
Cantantes (2)	1,000 c/u	Grabación de canciones originales
Subtotal Postproducción FINAL	**8,000**	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13: Total de costos de la realización de los video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Etapa	Subtotal (S/)
Preproducción	10,000
Producción	18,800
Postproducción	8,000
TOTAL VIDEORECETARIO	**36,800**

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2. Alquileres: (1semana)

Tabla 14: Costos en alquileres – video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Recurso	Total (S/)	Observación
Alquiler de estudio de cocina escénico	2,000	Set funcional
Alquiler de cámaras y ópticas	2,000	Grabación completa
Alquiler de luces y sonido profesional	1,500	Micrófonos y kit de iluminación
Subtotal Alquileres	**5,500**	

Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Presupuesto de arte: (ficticio)

Tabla 15: Presupuesto ficticio de arte – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Rubro	Costo estimado (S/)
Escenografía infantil (cocina visual)	3,000
Utilería y accesorios	2,000
Vestuario del títere	1,000
Material de cocina / alimentos	2,000
Subtotal Arte Físico	**8,000**

Fuente: Elaboración propia

3.2.4. Distribución:

Los videorecetarios en Youtube, serán usados para posicionar la marca Pawtopia y su recetario físico**.**

Tabla 16: Distribución – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Medio / Canal	Costo (S/)	Justificación
YouTube Kids	0	Gratuito, útil para posicionamiento familiar
Activaciones en supermercados	3,000	Se promueve junto al recetario impreso
Campaña digital (redes sociales)	2,500	Presentación del títere y recetas divertidas
QR en productos impresos (kit, recetario)	1,500	Llevan tráfico al canal o web

Medio / Canal	Costo (S/)	Justificación
Subtotal Distribución	**7,000**	

Fuente: Elaboración propia.

3.2.5. Comercialización:

Tabla 17: Comercialización – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Rubro	Costo (S/)	Descripción
Diseño y maquetación editorial	2,000	Versión ilustrada
Impresión de 1,000 unidades	5,000	Editorial independiente
Distribución en tiendas de mascotas	3,000	Acuerdos logísticos básicos
Registro ISBN / Código de barra	500	Requerimiento editorial
Paquete promocional (kit con QR, bolsa, stickers)	2,000	Merchandising físico
Subtotal Comercialización Recetario	**12,500**	

Fuente: Elaboración propia.

3.2.6. Resumen de costos:

Tabla 18: Total de costos – Video Tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”

Categoría	Total (S/)
Preproducción	10,000
Producción	18,800
Postproducción	**8,000**
Alquileres	5,500
Arte físico	8,000
Distribución y monetización	7,000
Comercialización recetario	12,500
TOTAL, FINAL VIDEORRECETARIOS	**69,800 S/**

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Podcast “Dash el aventurero” (10 episodios para Spotify):

El podcast es una transmedia auditiva del universo Pawtopia. Está pensado para que los niños lo escuchen con sus familias, ya sea en casa

o camino al colegio. La producción incluye guión adaptado, narración, edición y musicalización. Aquí el trabajo se organiza por entregables, ideal para formatos como Spotify.

3.3.1 Sueldos:

Estos pagos son freelance por proyecto, ya que los profesionales trabajan por encargo para los 10 episodios completos (no por meses).

Tabla 19: Sueldos de realización – Podcast “Dash el aventurero”

Rol / Recurso	Pago único (S/)	Descripción
Guionista	3,000	Guiones completos de 10 episodios narrativos
Actor de voz – Dash (protagonista)	2,500	Voz principal, emocional y continua
Narrador guía / narrador externo	2,000	Voz narrativa, apertura y cierre
Actor de voces secundarias	1,500	Voces adicionales para personajes episódicos
Diseñador de sonido y ambientación	2,500	Paisajes auditivos, transiciones, atmósferas
Editor de audio / mezcla	3,000	Montaje profesional de voz, música y FX
Compositor musical infantil (intro + fondo)	2,000	Canciones originales para intro, cierre y emociones
Redacción de descripciones y etiquetas SEO	500	Publicación multiplataforma, optimización
Diseño de portada para Spotify	500	Imagen ilustrada para la carátula
TOTAL SUELDOS	**17,500 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Alquileres:

Todos los capítulos se pueden grabar en 2 jornadas completas en estudio profesional.

Tabla 20: Total de alquiler- Podcast “Dash el aventurero”

Recurso	Costo (S/)	Descripción
Alquiler de estudio de grabación (2 días)	1,800	Cabina con micrófonos, operador y edición en vivo
Licencias de Adobe Audition y bancos de sonido	1,000	Software y efectos de audio legales y de calidad
TOTAL ALQUILERES	**2,800 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3 Distribución:

El podcast será lanzado en plataformas abiertas (Spotify, Anchor) y promocionado de forma cruzada con otros productos de Pawtopia.

Tabla 21: Gastos totales en distribución – Podcast “Dash el aventurero”

Canal / Medio	Costo (S/)	Justificación
Publicación en Spotify / Anchor	0	Hosting gratuito y sin restricciones
SEO para Apple / Google Podcasts	1,000	Mejora visibilidad orgánica
Campaña de lanzamiento en redes sociales	2,000	Difusión en comunidad educativa y familiar
Inserción de QR en otros materiales	1,500	Tráfico cruzado desde kits, cómic, recetario
Merchandising de frases de Dash	1,000	Potencial licenciamiento para productos físicos
TOTAL DISTRIBUCIÓN	**5,500 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4 Comercialización:

Tabla 22: Costos en comercialización – Podcast “Dash el aventurero”

Recurso / Estrategia	Costo (S/)	Descripción
Pitch de marca para fondeadores / sponsors	1,500	Presentación institucional con enfoque educativo

Recurso / Estrategia	Costo (S/)	Descripción
Paquete de prensa y presentación (PDF / digital)	1,000	Carpeta descargable para medios, escuelas y aliados
Merchandising educativo (bolsas, stickers, postales)	1,500	Complemento con QR al podcast
TOTAL, COMERCIALIZACIÓN	**4,000 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.5 Resumen:

Tabla 23: Costo Total del Podcast “Dash el aventurero”

Categoría	Total (S/)
Sueldos	17,500
Alquileres	2,800
Distribución	5,500
Comercialización	4,000
TOTAL, GENERAL	**29,800 S/**

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Cómic Interactivo “Luna y Dash” (20 páginas):

El cómic permite abordar temas como la empatía o el bullying desde un formato accesible y visual. Al igual que en editoriales independientes, aquí se trabaja por entregas. Un mismo ilustrador puede encargarse de todo el paquete, con revisión previa del guionista y asesora pedagógica.

3.4.1 Sueldos:

Todo el equipo trabaja bajo modalidad freelance por proyecto, entregando productos terminados previamente monitoreados para su corrección.

Tabla 24: Costo de sueldos para la realización del cómic “Luna y Dash”

Rol / Recurso	Pago único (S/)	Descripción
Guionista interactivo	3,500	Escribe la historia base y todas las bifurcaciones (mínimo 3 finales)
Diseñador/a de narrativa ramificada	1,500	Organiza las decisiones y estructura el árbol narrativo

Rol / Recurso	Pago único (S/)	Descripción
Ilustrador/a principal	500 x 20 págs	10,000
Diseñador UI/UX (infantil)	2,000	Diseño visual amigable para la lectura interactiva
Programador web interactivo	4,000	Implementación de navegación, lógica de rutas, botones, decisiones
Corrector/a editorial	800	Revisión final del lenguaje, ortografía, fluidez para niños
Subtotal Sueldos	**21,800 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.4.2 Alquileres y herramientas digitales:

Tabla 25: Costos de alquileres y herramientas digitales – Cómic “Luna y Dash”

Recurso / Herramienta	Costo (S/)	Descripción
Dominio web propio (1 año)	200	www.pawtopia.pe o similar
Hosting seguro (con SSL + tráfico alto)	800	Para alojar el cómic descargable y navegable
Licencia software de diseño (Adobe, Procreate)	1,000	Herramientas para ilustrar y maquetar
Plugin interactivo / librería web (Klynt, H5P, Three.js u otro)	1,000	Navegación, transiciones, opciones
Subtotal Alquileres / Herramientas	**3,000 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.4.3 Distribución:

El cómic será distribuido vía web y a través de QR impresos en productos físicos.

No se imprime, pero sí se integra en la estrategia transmedia de Pawtopia.

Tabla 26: Costos de distribución para el cómic “Luna y Dash”

Tabla 26: Costos de distribución – Cómic “Luna y Dash”

Medio / Estrategia	Costo (S/)	Descripción
Micrositio web con botón de descarga / lectura	0	El acceso puede incluir datos o suscripción
Integración en QR de kits y álbumes	1,500	Incentiva a los niños a entrar desde materiales físicos
Difusión en bibliotecas / colegios	1,500	Promoción educativa gratuita
Campaña digital (redes, reels, TikTok)	2,000	Para visibilidad entre padres e hijos
Subtotal Distribución	**5,000 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.4.3 Comercialización

Aunque el cómic no se vende impreso, sí genera impacto y monetización indirecta por tráfico al sitio web, uso educativo y descarga condicionada (suscripción, formulario, etc.).

Tabla 27: Costos en comercialización – Cómic “Luna y Dash”

Estrategia / Recurso	Costo (S/)	Descripción
Desarrollo del pitch visual (PDF comercial)	1,000	Dossier visual de Pawtopia con énfasis en el cómic
Animación teaser del cómic (para redes / evento)	1,500	Video corto para presentar el proyecto
Plan de contacto con editoriales digitales	500	Gestión de alianzas con plataformas educativas
Gestión de estadísticas de navegación / formularios	1,000	Registro de visitantes, descargas y feedback
Subtotal Comercialización	**4,000 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

3.4.4 Resumen:

Tabla 28: Costo total del cómic “Luna y Dash”

Categoría	Total (S/)
Sueldos (realización)	21,800
Alquileres / herramientas	3,000
Distribución	5,000
Comercialización	4,000
TOTAL, CÓMIC	**33,800 S/**

Fuente: Elaboración propia.

3.5 Gastos totales resumidos de todo el universo Pawtopia:

En esta sección se presentan los gastos consolidados destinados a la realización, comercialización y distribución del universo **Pawtopia** en su conjunto. A diferencia del desglose anterior, donde se detalló la inversión por cada pieza transmedia (serie, vides tutoriales, podcast y cómic), aquí se agrupan todos los esfuerzos de visibilidad, posicionamiento y estrategia comercial de manera unificada. Esta síntesis permite visualizar el alcance promocional completo del proyecto, enfocado en impulsar la marca y conectar con aliados, espacios de venta y público objetivo desde una propuesta coherente y transmedia.

Tabla 29: Comercialización de todo el universo de Pawtopia.

Estrategia / Recurso	Costo (S/)	Descripción Aplicada
Desarrollo del pitch comercial transmedia	1,500	Documento institucional para sponsors y fondos
Carpeta de prensa digital (PDF / web)	1,000	Presentación para medios, aliados, editoriales
Animación teaser de lanzamiento	1,500	Video general de presentación para todo Pawtopia
Merchandising físico (kits, bolsas, stickers, postales)	3,500	Se integra en serie, recetario, cómic, podcast
Publicación y distribución del recetario impreso	8,000	Diseño, impresión y colocación en tiendas de mascotas
Registro ISBN / código de barras para recetario	500	Requisito editorial legal
Licencias de software / música (uso en todos los productos)	2,500	Incluye Adobe, bancos de sonido, plugins

Estrategia / Recurso	Costo (S/)	Descripción Aplicada
Gestión de estadísticas y formularios web	1,000	Monitoreo de descargas y tráfico multiplataforma
Contacto con editoriales digitales	500	Para futuras publicaciones o alianzas
TOTAL COMERCIALIZACIÓN PAWTOPIA	**20,000 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30: Distribución – Universo completo de “Pawtopia”

Estrategia / Medio	Costo (S/)	Aplicación
Campañas digitales en redes sociales	7,500	Difusión de lanzamientos, personajes y contenidos
Activaciones educativas y escolares	5,000	Eventos en colegios y espacios culturales
Publicación gratuita en plataformas abiertas	0	YouTube Kids, Spotify, sitio web
Posicionamiento SEO (Google, Apple, Spotify)	2,000	Visibilidad orgánica de podcast y cómic
Inserción de QR en materiales físicos	5,000	En stickers, kits, cómic, recetario
Micrositio interactivo para el cómic descargable	0	Acceso con interacción y decisión narrativa
Distribución física del recetario en tiendas de mascotas	3,000	Presencia directa del universo Pawtopia en espacios de consumo real
TOTAL DISTRIBUCIÓN PAWTOPIA	**22,500 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla que se muestra a continuación se tomó en cuenta los alquileres de cada transmedia. No se tomó en cuenta el costo de distribución y comercialización de cada transmedia.

Tabla 31: Gastos de realización – Universo completo “Pawtopia”

Transmedia	Total (S/)
Serie “Las Aventuras de Nemecio”	217,000
Video tutoriales “Aprendiendo con Orejitas”	50,300
Podcast “Dash el Aventurero”	20,300
Cómic digital “Luna y Dash”	24,800

Transmedia	Total (S/)
TOTAL, GENERAL	**312,400**

Fuente: Elaboración propia.

El próximo monto se destina como una reserva única para **imprevistos generales** que puedan surgir en cualquiera de las etapas del proyecto (producción, postproducción, impresión, distribución, equipo humano, entre otros).

Tabla 32: Fondo de emergencia - Pawtopia

Concepto	Monto (S/)	Observación
Fondo global para emergencias	20,000	Equivale al 8-10% del presupuesto general; permite cubrir cualquier tipo de contingencia sin afectar el desarrollo del proyecto

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, la tabla de marketing, el cual agrupa los costos estratégicos para posicionar la marca **Pawtopia** como un universo educativo transmedia, abarcando redes sociales, imagen institucional, campañas digitales, activaciones y contenidos promocionales.

Tabla 33: Costos de marketing- Universo completo “Pawtopia”

Estrategia / Recurso	Costo (S/)	Aplicación
Diseño de identidad gráfica de marca (logo, paleta, manual)	2,000	Marca base para todos los productos
Producción de contenidos para redes sociales (reels, animaciones, plantillas)	3,500	Difusión continua
Gestión de redes sociales por 3 meses (Community Manager + diseño)	4,500	Facebook, Instagram, TikTok
Publicidad digital segmentada (Meta Ads + YouTube Ads)	4,000	Alcance a padres, educadores, niños
Activaciones presenciales (stand, material promocional)	3,000	Eventos escolares, ferias de mascotas
Influencers o alianzas educativas digitales	2,000	Promoción por voz confiable en el sector
TOTAL MARKETING GENERAL PAWTOPIA	**19,000 S/**	

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, se estima que el gasto total de la creación y realización del universo de Pawtopia con todas sus transmedias es de:

Tabla 34: Resumen general de costos – Universo completo “Pawtopia”

Categoría general	Total (S/)
Producción transmedia (serie, videorecetarios, podcast, cómic)	312,400
Comercialización general	20,000
Distribución general	22,500
Fondo de emergencia	20,000
Marketing general de marca Pawtopia	19,000
TOTAL, GLOBAL DEL PROYECTO	**393,900 S/**

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Fuentes de ingreso:

Como se mencionó anteriormente en el documento la estructura de fuentes de costos se divide en 3 años, dividido en 3 niveles:

a. Año 1: Consolidación digital

Objetivo: Recuperar inversión básica, estabilizar audiencia en plataformas (YouTube Kids y Spotify)

Tabla 35: Fuentes de Ingreso – 1er año

Fuente de ingreso	Proyección (S/)	% de recuperación
Monetización en YouTube (Adsense)	80,000	15.6%
Monetización en Spotify (reproducciones)	25,000	4.9%
Patrocinios en contenido digital	35,000	6.8%
Total estimado Año 1	**140,000**	**27.3%**

Fuente: Elaboración propia

b. **Año 2: Diversificación**

Objetivo: Introducir productos físicos y generar ingresos por contenido premium

Tabla 36: Fuentes de ingreso – 2do año

Fuente de ingreso	Proyección (S/)	% de recuperación
Venta de merchandising (álbumes, stickers, camisetas, etc.)	90,000	17.6%
Contenido premium (descargas, historias personalizadas)	25,000	4.9%
Licencias educativas (instituciones escolares o ONGs)	40,000	7.8%
Total estimado Año 2	**155,000**	**30.3%**

Fuente: Elaboración propia

c. **Año 3: Escalamiento**

Objetivo: Expandir regionalmente y acceder a financiamiento externo.

Tabla 37: Fuentes de Ingreso – 3er año

Fuente de ingreso	Proyección (S/)	% de recuperación
Participación en fondos públicos/culturales (MINEDU, MINAM, etc.)	70,000	13.7%
Expansión regional + licencias internacionales	75,000	14.6%
Nuevas alianzas comerciales	40,000	7.8%
Total estimado Año 3	**185,000**	**36.1%**

Fuente: Elaboración propia.

d. Resumen general:

Tabla 38: Fuentes de ingreso Total

Periodo	Monto estimado (S/)	% del total recuperado
Año 1	140,000	27.3%
Año 2	155,000	30.3%
Año 3	185,000	36.1%
Total	**S/ 480,000**	**93.7% del objetivo**

IV. Conclusiones y hallazgos:

La presente tesis demuestra que es posible crear un universo transmedia con enfoque educativo que conecte profundamente con el público infantil y familiar, integrando narrativas lúdicas con valores esenciales como la empatía, el respeto por los animales y la conciencia ambiental. A través de Pawtopia, se ha logrado diseñar una propuesta integral que combina entretenimiento, aprendizaje y responsabilidad social, todo ello en formatos accesibles, visualmente atractivos y culturalmente pertinentes.

Uno de los hallazgos centrales fue la clara aceptación y valoración por parte de las familias hacia contenidos que eduquen emocionalmente desde la infancia. Los resultados obtenidos en la fase de validación evidencian no solo interés, sino también una necesidad concreta: la mayoría de padres desea que sus hijos accedan a material que fomente el desarrollo de valores, y considera que la oferta actual de contenidos digitales no siempre cubre esta dimensión. Esto confirma la relevancia del enfoque de Pawtopia, que no se limita a entretener, sino que busca sembrar una conciencia afectiva y ecológica desde edades tempranas.

Desde el punto de vista narrativo y estructural, el universo creado es sólido y flexible. Cada personaje tiene un propósito definido dentro del ecosistema transmedia, lo que permite que sus historias puedan crecer de forma autónoma y conectar con distintas realidades y emociones. Además, el proyecto plantea una narrativa expandible, con potencial de crecimiento hacia nuevas regiones, culturas y temas, sin depender exclusivamente de un único protagonista.

A nivel de accesibilidad y sostenibilidad, Pawtopia también proyecta soluciones viables. Se contemplan alternativas digitales y físicas que permiten llegar a públicos diversos, incluyendo comunidades con conectividad limitada, mediante cómics impresos, versiones radiales y kits educativos distribuidos localmente. Del mismo modo, se estructura un modelo económico realista, que combina contenido gratuito con productos de valor añadido, alianzas institucionales y posibles apoyos culturales, asegurando la continuidad del proyecto en el tiempo.

Finalmente, todo el diseño conceptual y pedagógico está respaldado por referentes teóricos del desarrollo infantil, lo cual garantiza que las decisiones narrativas, visuales y emocionales estén alineadas con las capacidades cognitivas y afectivas del público objetivo. Esta coherencia entre forma y fondo convierte a Pawtopia en una herramienta educativa con alto potencial de impacto, capaz de contribuir positivamente en la formación de niños y niñas desde un enfoque sensible, inclusivo y creativo.

En síntesis, Pawtopia representa una fusión exitosa entre comunicación, diseño y educación. Es una propuesta comprometida con la niñez, con el entorno y con la transformación cultural desde lo cotidiano. Su implementación podría marcar un precedente dentro del contenido infantil peruano y latinoamericano, aportando una mirada fresca, consciente y profundamente humana al universo audiovisual contemporáneo.

V. Referencias

Ausubl, p. D. (1937). *Education Psychology A cognitive view*. https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.112045/page/n9/mode/2up

Canal Ipe. (s/f). Canal Ipe. Recuperado el 12 de julio de 2025, de https://www.canalipe.gob.pe/

Ciudad Jardín. (2018). Canal Ipe. https://www.canalipe.gob.pe/programas/ciudad-jardin

David Cantolla Luis Gallego Guillermo García Carsí. (2005). *Pocoyó*. https://www.pocoyo.com/es

Dora la exploradora. (2000). Nickelodeon. https://www.nickjr.com/dora-the-explorer/

Geniales. (s/f). RTVC Colombia. https://rtvcplay.co/competencias-ciudadanas-y-socioemocionales/geniales

Gobierno del Perú. (2022, noviembre 2). *Emprendedor: Conoce cuánto cuesta registrar tu marca en Indecopi*. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/665850-emprendedor-conoce-cuanto-cuesta-registrar-tu-marca-en-indecopi

Indeed. (s/f). *Sueldo de Guionista en Perú*. Indeed. https://pe.indeed.com/career/guionista/salaries

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. NYU Press. https://nyupress.org/9780814742952/convergence-culture/

Moran, M. (2015, enero 7). *Educación*. Desarrollo Sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/

Osiptel. (2019, septiembre 5). *Más de 7 millones de hogares peruanos tienen acceso a Internet*. Osiptel. https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/mas-de-7-millones-de-hogares-peruanos-tienen-acceso-a-internet/

Pakapaka – La asombrosa excursión de Zamba (Argentina). (s/f). Pakapaka. Recuperado el 12 de julio de 2025, de https://www.pakapaka.gob.ar/serie/la-asombrosa-excursion-de-zamba

Salvador, F. R. (1984). *Espiritualidad sistemática*. Unirioja.es. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=205654

Scolari. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Gedisa. https://gedisa.com/libro/narrativas-transmedia/

Señal, M. (s/f). *Geniales*. Misenal.tv. Recuperado el 12 de julio de 2025, de https://www.misenal.tv/series/para-grandes/geniales

United Nations. (s/f). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Sdgs.un.org. Recuperado 2025, de https://sdgs.un.org/2030agenda

VOT Rental. (2024, octubre 14). VOT Rental; VOT Media Group. https://rental.vot.pe/

Vygotsky. (1980). *[Lev S. vygotsky] mind in society the development(z lib.org)*. https://archive.org/details/levs.vygotskymindinsocietythedevelopmentzlib.org

Wikipedia contributors. (s/f). *La asombrosa excursión de Zamba*. Wikipedia, The Free Encyclopedia. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=La_asombrosa_excursi%C3%B3n_de_Zamba&oldid=168421528