ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

GHAIAD, UNIVERSO TRANSMEDIA PARA ADOLESCENTES

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

PRESENTADA POR

Solange Fatima Reyna Calderon

DNI: 75574909 , Perú

ASESOR

Lic. Rodrigo Leonardo Rivera Lozano
DNI: 72900802, Perú
ORCID: 0009-0005-7744-9249

JURADO

Pérez Ortiz Brigitte Madelein
Chunga Chunga Juan Miguel
Marrou Vasquez Gianella Franchesca

Lima - Perú, 2025

Informe -2020008249-REYNA-CALDERON.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549130268

Fecha de entrega
24 ene 2026, 11:10 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
24 ene 2026, 11:12 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe -2020008249-REYNA-CALDERON.pdf

Tamaño del archivo
10.0 MB

48 páginas

10.616 palabras

56.857 caracteres

9% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

3% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
8% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

A mi madre y mi hermano, por su apoyo durante a lo largo de mis estudios y haberme impulsado a culminar toda la carrera y para todos las personas que he conocido y me dieron la fuerza a pesar del cansancio y el agotamiento , Jefferson , Francesca , Jose y Angely cada uno de ellos me motivó a llegar lejos demostrándose que del esfuerzo y el trabajo en equipo se pueden llegar a hacer cosas maravillosas.

Agradecimiento

Agradezco sinceramente a mi profesor asesor ; Rivera Lozano, por su orientación durante el último ciclo de la carrera y su gran trabajo apoyándome a mi y a mis compañeros en clase.

Asimismo también quiero expresar mi gratitud a la profesora Carolina , sus palabras y enseñanzas fueron una guía desde el inicio de la carrera hasta el final.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. 11.11, universo transmedia para adolescentes 1

1.2 11.3 1**II.** 22.1 22.2 42.3 52.4 **¡Error! Marcador no definido.**2.5 72.5.1 72.5.2 92.5.3 112.5.4 132.5.5 142.5.6 172.5.7 182.5.8 212.5.9 23**III.** 243.1 24**IV.** 394.1 394.2 39**V.** 40**VI.** 41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Piloto Costo Presupuesto 25
Tabla 2 Cómic Costo Presupuesto 29
Tabla 3 Videojuego Costo Presupuesto 31
Tabla 4 Marketing Costo Presupuesto 33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de Problema 4
Figura 2 Mapa de Actores 1
Figura 3 Arquetipo de Usuario 9
Figura 4 Propuesta de Valor 12
Figura 5 Modelo de Negocio 17
Figura 6 Portada de la serie, el cómic y el videojuego 20
Figura 7 Páginas del cómic 20
Figura 8 Concept Art de la serie animada 21
Figura 9 Assets del videojuego 21

I. Información general

1.1 Título del proyecto de Innovación : Ghaiad, universo transmedia para adolescentes

Proyecto de Innovación transmedia proyecto transmedia digital educativo y narrativo dirigido a adolescentes donde se integra, una serie, un cómic y un videojuego teniendo con el objetivo de promover la empatía y el desarrollo emocional a través del arte.

1.2 Resumen de Ghaiad

El siguiente trabajo de investigación busca abordar dos problemáticas que suceden últimamente en torno a los más jóvenes, adolescentes , los cuales muchos de ellos afrontan entornos familiares conflictivos y se encuentran en búsqueda de espacios que les ofrezcan seguridad y comprensión ante los problemas de la vida. A partir de esta necesidad , se ha desarrollado una propuesta transmedia que busca combinar la animación , el arte y los videojuegos en uno solo mientras busca transmitir mensajes educativos y positivos acerca de la empatía, el autocuidado y la resiliencia mediante una serie animada, un cómic y un videojuego.

Este proyecto fue elaborado a partir de herramientas de innovación , como un análisis del público objetivo, la propuesta de valor y el desarrollo de los prototipos para obtener un producto sostenible. Al igual que un breve análisis de datos sobre el presupuesto que se debe manejar en proyectos tan grandes y ambiciosos como lo es Ghaiad.

Este trabajo apunta a tener la aprobación de la comunidad juvenil para probar que la idea de un proyecto transmedia digital educativo y narrativo puede funcionar tanto dentro del país como internacionalmente, para así poder seguirnos expandiendo y tener un mayor alcance en el mercado digital.

1.3 Contextualización de Ghaiad

En el caso de Ghaiad , se busca enfocarse principalmente en la enseñanza y crecimiento de los jóvenes, durante la adolescencia , una etapa donde el cambio tiene un fuerte impacto en ellos. Diferentes estudios mencionan que las animaciones tienen una significativa influencia en el crecimiento y desarrollo social o emocional de los niños (Liu & Luo, 2019) a lo que el proyecto busca acompañar al espectador en este recorrido para darle una mejor perspectiva de

cómo enfrentar los problemas y ayudarle a crecer contribuyendo en su aprendizaje y motivación, todo a través de la transmedia.

Asimismo, la investigación plantea que una propuesta transmedia con un enfoque emocional y narrativo puede llegar a trascender el contexto nacional y conectar con adolescentes de distintos países, al abordar experiencias universales propias de la etapa juvenil , el proyecto puede fomentar la empatía y la comprensión intercultural , lo que genera nuevas rutas creativas que impulsen la innovación y el intercambio cultural, tal como señala Suárez Salgado (2021).

II. Descripción de Ghaiad

2.1 Planteamiento del Problema

Hoy en día los jóvenes están mucho más expuestos al contenido audiovisual de medios digitales, en el que una gran cantidad de estos productos presentan un contenido no apto para ellos y el cual puede resultar muy cuestionable por las ideas, opiniones o incluso ideologías problemáticas (Sheikh, Hassan, Mohsin, & Mir, 2023). Creemos que para el público adolescente hace falta cambiar el enfoque del objetivo hacia uno que sea lograr brindarles una conexión auténtica y sana que les ayude a mejorar sus habilidades sociales, cognitivas e intrapersonales para que puedan desarrollar mejor el control emocional y su sensibilidad ante los demás.

El proyecto contribuye directamente a los puntos claves del desarrollo sostenible, en especial al ODS 3: Salud y bienestar; ya que Ghaiad promueve la educación emocional tratando temas sobre el bienestar integral , la empatía y la compresión de uno mismo. A través de las historias de Ghaiad , los jóvenes pueden identificar emociones y reconocer conflictos internos que puedan estar viviendo para afrontarlos de forma positiva. Es importante que producciones animadas no solo prioricen ganar una mayor tendencia comercial, sino que también puedan ofrecer una reflexión crítica que ayude a los más jóvenes a aprender y desarrollarse (Guichot Reina & Merino Delgado, 2016).

Como ejemplo tenemos la serie de Steven Universe , serie animada de fantasía que al igual que Ghaiad, el contenido iba dirigido hacia un público infantil pero también fue capaz de abordar temas políticos, culturales y sociales desafiando estándares de género (Aguado, 2019).

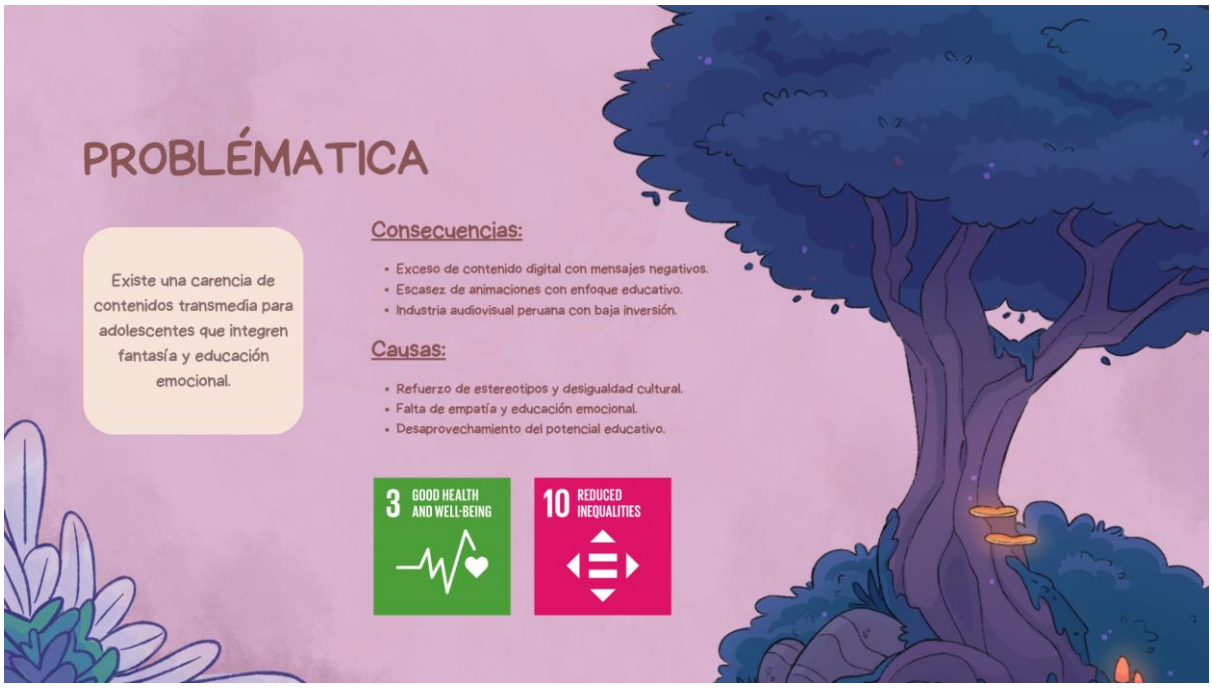
Por otro lado Ghaiad se afilia también con la ODS 10: Reducción de las desigualdades, ya que promueve la inclusión, la diversidad cultural y la equidad en su universo narrativo. Cada una de las regiones propuestas durante el recorrido de Ghaiad, representa distintas realidades culturales inspiradas en valores universales como la libertad, la sabiduría, la fortaleza interior y el amor. De esta forma, el proyecto busca romper esquemas y estereotipos para visibilizar múltiples identidades. Ofreciendo una imagen positiva de comunidades , minorías y culturas que pueden tener diferencias entre sí pero por las cuales hay que mantener siempre el respeto.

Así como se desarrolló Avatar: La leyenda de Aang , se utiliza la fantasía y la diversidad cultural como una herramienta para poder representar distintas identidades , modos de vida y tradiciones. Según Giancaspro (2022), Avatar logra transmitir valores éticos y filosóficos que fomentan la empatía y la comprensión entre culturas , demostrando así que la animación puede ser una inspiración para enseñar sobre la aceptación y el respeto hacia los demás o quienes sean diferentes.

En conjunto , Ghaiad se presenta como una propuesta artística y educativa con el fin de abarcar varias dudas y problemas sociales que pueden tener los jóvenes durante su crecimiento para ayudarles en el transcurso y que puedan ser ellos mismos y sobrepasar cualquier adversidad que atraviesen o estén a punto de hacerlo , construyendo un futuro más empático.

Figura 1

Árbol del problema



Nota. En la figura se muestran las causas de la problemática y cómo crecen como un árbol las consecuencias.

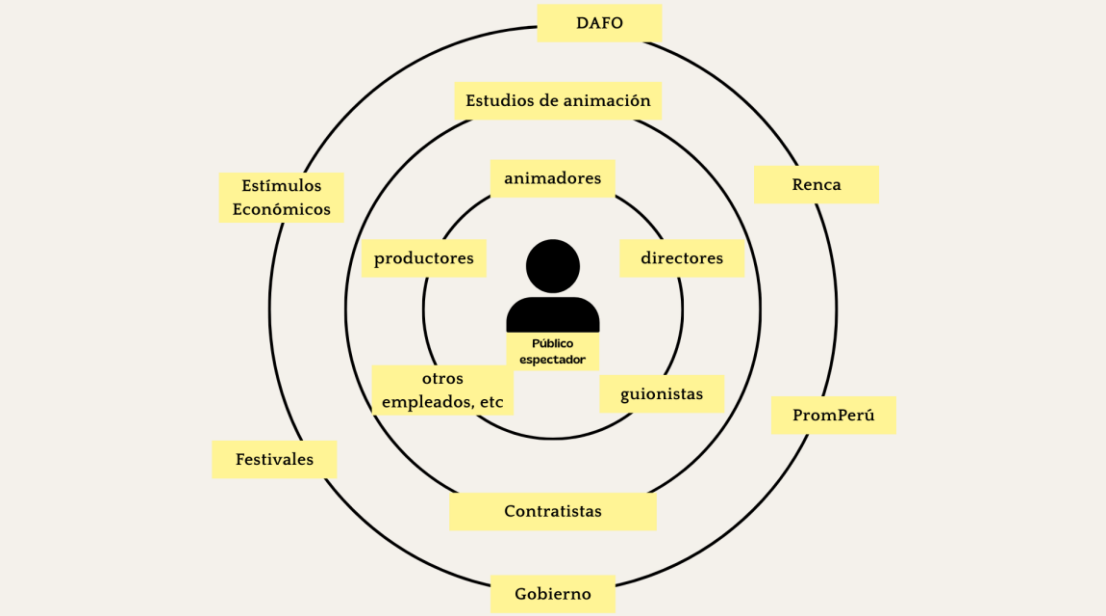
2.2 Población beneficiaria

Ghaiad como proyecto transmedia dirigido a adolescentes, puede integrarse en distintos espacios vinculados al arte, la animación y el videojuego, tales como festivales culturales y plataformas digitales orientadas en narrativas visuales, experiencias interactivas y contenidos con enfoque emocional y educativo.

Asimismo, el proyecto representa una oportunidad para la creación de contenidos independientes que conectan con los jóvenes a través de medios digitales y redes sociales, permitiendo una mayor identificación con las historias y personajes presentados. Al tratarse de una propuesta desarrollada en Perú, Ghaiad busca generar un impacto positivo tanto en el público adolescente como en la producción cultural nacional, fomentando la empatía, la creatividad y la libertad expresiva, al mismo tiempo que reduce barreras de acceso y posibles limitaciones creativas propias de los modelos tradicionales.

Figura 2

Mapa de actores de la población beneficiaria con Ghaiad.



Nota. La figura muestra un gran sector dividido en tres reuniendo desde los usuarios más generales a los más importantes.

2.3 Objetivo(s) de Ghaiad

El objetivo principal del proyecto Ghaiad es desarrollar una propuesta transmedia dirigida a adolescentes que promueva la empatía, el respeto y la aceptación, contribuyendo al desarrollo emocional y social del público juvenil a través de un universo narrativo expandido. Diversos estudios señalan que la animación constituye un recurso eficaz para la enseñanza de valores, ya que facilita la identificación emocional y el aprendizaje significativo (Guichot Reina & Merino Delgado, 2016). En ese sentido, el proyecto busca utilizar una metodología transmedia que permita integrar distintos formatos, de modo que cada medio aporte a la construcción del mundo narrativo y amplíe la experiencia del espectador, favoreciendo la reflexión emocional y la identificación con los personajes.

Y como objetivos secundarios:

a) Desarrollar un worldbuilding basado en cuatro regiones principales (aire, tierra, agua y fuego), donde cada una refleje valores y aprendizajes distintos, permitiendo que los adolescentes comprendan la importancia del equilibrio emocional, cultural y social a través de la narrativa.

b) Fomentar el desarrollo de la inteligencia emocional y la empatía en el público adolescente mediante historias que combinen aprendizaje y entretenimiento, acompañando a los espectadores en su proceso de crecimiento personal a través de las aventuras de los personajes.

2.4 Marco referencial

Ghaiad es una obra que en un inicio tomó varias referencias de distintas series dirigidas a un público infantil como : *Steven Universe , Avatar: La leyenda de Aang y Arcane.*

Steven Universe fue el pilar en el cual se inspiraron las dos áreas principales ; la narrativa del mundo y el arte del proyecto para ser creada , puesto que varios miembros del equipo crecimos junto a estas series y aprendimos de ellas durante nuestra juventud. Y así como en Steven Universe que hay un sistema de dominación como el capitalismo, el clasismo, el

racismo , colonialismo y generismo (Aguado, 2019). Ghaiad es una historia que contiene problemas políticos en su universo por las distinciones entre los habitantes y el riesgo al peligro que acecha su mundo , donde el prejuicio , la venganza y el orgullo es el pan de cada día que los pobladores tienen que enfrentar , sin embargo habilidades blandas como la empatía y el respeto por los otros puede hacer un gran cambio en el resto de personas , cambios que realizan los personajes de cada transmedia para lograr alcanzar sus metas al igual que en Steven Universe que a través del diálogo y la aceptación en uno mismo pudo generar un cambio entre los habitantes de la tierra y Homeworld dentro de su narrativa.

Mencionando otra referencia en cuanto al contexto narrativo , *Avatar: La leyenda de Aang* , influyó en la creación del *Worldbuilding* de Ghaiad , especialmente en la división del mundo en aldeas y el equilibrio que hay entre las piedras representando valores y culturas. De manera similar que la serie, queríamos representar el equilibrio no solo de una forma física, si no que también de forma espiritual y mucho más interna , para que la armonía se pudiera alcanzar a través de la empatía y la compresión entre diversas culturas. Según Giancaspro (2022), *Avatar: La leyenda de Aang* representa una de las producciones animadas que mejor ha logrado integrar la diversidad cultural y filosófica dentro de un universo coherente , por ello es una base importante de construcción de mundo para la historia de Ghaiad y el desarrollo de esta durante la pre-producción.

Finalmente, enfocándonos en Ghaiad como un producto transmedia , estudios recientes señalan la importancia de entender los medios como los públicos que forman parte de ello en estos universos. En análisis de Piñeiro-Naval (2025) sobre el consumo de narrativas transmedias por parte de jóvenes revela que dichas producciones se caracterizan por su diseño de plataforma , la participación de la audiencia y la lógica que combina viejos y nuevos canales. Este enfoque es relevante para el diseño de Ghaiad , ya que su estructura se basa en que cada idea puede ser un medio más que parte una experiencia distinta pero que sea coherente y vaya con el objetivo principal de ayudar al espectador.

Un ejemplo de ello está en series como Arcane. Este no cuenta solo con una serie animada sino que a medida del paso de tiempo logró sacar más productos que ayudaron a enriquecer el *Worldbuilding. LOL* a inicios empezó como solo un juego , el cual se podía conocer un poco del *lore* por medio de diálogos de los personajes y las pantallas de carga pero mientras fue ganando popularidad el juego se fue extendiendo en merch , páginas , shorts stories , música hasta llegar a la serie, donde cada producto es una pieza única que no repite la historia del otro,

funcionando como un apoyo para poder extender más el universo de *LOL* , demostrando así una gran forma de extender el universo de tu historia y obteniendo un mayor alcance con tu público, *Arcane* fue una obra capaz de integrar una historia más concisa del videojuego *LOL* (Pajares Castellanos, s.f).

En conjunto, las referencias analizadas aportan bases fundamentales para la construcción conceptual de Ghaiad, tanto a nivel narrativo como estético y estructural. De *Steven Universe* se retoma el uso de la animación como medio para abordar conflictos sociales y emocionales desde la empatía y el diálogo; de *Avatar: La leyenda de Aang*, la creación de un worldbuilding coherente que integra diversidad cultural, valores y equilibrio interno; y de *Arcane*, la comprensión del universo transmedia como una experiencia expandida donde cada medio aporta una pieza única al relato. Estos referentes permiten consolidar a Ghaiad como una propuesta transmedia que combina narrativa, diversidad cultural y participación del espectador, orientada a generar reflexión emocional y conexión con el público adolescente.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Mediante una encuesta para analizar al usuario al que nos íbamos a dirigir , con un alcance de 421 respuestas , estos fueron los resultados que obtuvimos para poder encontrar nuestro arquetipo y trabajar en base a ello.

En general , nuestro público principal ronda entre los doce y dieciséis años de edad , sin embargo , se registraron algunas participaciones de niños desde los diez años y jóvenes de diecisiete años junto a algunos adultos, lo que puede evidenciar un interés transversal del público en el proyecto Ghaiad. Demostrando así , el alcance que puede generar el proyecto con un enfoque narrativo reflexivo y artístico.

En el usuario se manifiesta una necesidad emocional , donde anhelan sentirse entendidos y representados buscando contenido que nos los haga sentir menos, sino acompañados y que aprecien su inteligencia y sensibilidad. Los mundos que construyen un extenso *lore* les atraen , personajes que cometen errores y que puedan reflexionar sobre ello. Pero así como la narrativa es un punto fuerte por el que se sienten atraídos , también lo visual , sintiéndose mucho más vinculados a una estética indie o alternativa , distante de lo corporativo y previsto.. Este público consume animación, videojuegos, cómic y contenido visual, y suelen estar en busca de referentes que les permitan reflexionar sobre su identidad sin tratarlos como inferiores a otros,

además el proyecto también contempla a jóvenes más mayores, hasta padres de familia que buscan contenido seguro y a comunidades artísticas.

Tenemos el arquetipo de Gianfranco Díaz , un adolescente de catorce años, estudiante de secundaria y el cual es un consumidor activo de contenido digital. El disfruta de ver series, películas y videojuegos que contengan tramas profundas, principalmente de aventura, misterio y acción. Es un joven curioso ,sensible y reflexivo , pero reservado al compartir sus intereses por temor a no ser comprendido y ser juzgado por los demás. Como todo adolescente en la era digital , parte de su tiempo libre se centra en el consumo de plataformas de streaming como Netflix, HBO y Disney+ , y en redes sociales como Youtube y Tiktok , donde encuentra mayor variedad de contenido audiovisual que estimula su curiosidad y creatividad.

Gianfranco necesita historias que puedan permitirle reconocerse emocionalmente y encontrar un espacio seguro de expresión personal , como expectativa espera poder tener un experiencia inmersiva y significativa, con personajes auténticos y profundos que le enseñen a través de mensajes positivos, sobre la empatía y la autoaceptación. Este perfil de usuario coincide con lo expuesto por Andrade, Valdivieso y Zambrano (2023) , quienes mencionan que los adolescentes utilizan entornos digitales para socializar y construir su identidad , volviendo así los medios audiovisuales un canal efectivo para acercarse a ellos.

En resumen , las respuestas indican un público que ya no busca simplemente diversión, sino que un lugar para meditar, descubrir su identidad y establecer una conexión emocional con lo que observa.

Figura 3

Arquetipo de usuario



Nota. Basado en las respuestas y necesidades de uno de los participantes de la encuesta.

Teniendo esta información , podemos decir que el usuario al cual nos queremos enfocar se trata de adolescentes que puedan estar atravesando momentos complicados por el cambio que están teniendo entre la niñez y la adultez como Gianfranco, para poder brindarles apoyo y compañía para que puedan aprender y crecer. Ghaiad puede cumplir con estas necesidades y contribuir en el desarrollo emocional de los más jóvenes.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Durante los últimos años , el interés por los contenidos animados con mensajes sociales , emocionales y culturales ha crecido considerablemente entre el público joven. Cada vez más producciones internacionales abordan temas como la salud mental , la empatía y la diversidad. De acuerdo a Suárez Salgado (2021), la innovación en el contenido audiovisual puede fortalecer la difusión cultural , en ese sentido , Ghaiad representa una oportunidad para posicionar un producto inclusivo y reflexivo que pueda aportar al mercado nacional, fusionando la creatividad, la educación y la diversidad.

Como competencia , se encuentran principalmente producciones extranjeras como *Steven Universe* , *Arcane* o *Avatar: La Leyenda de Aang*, las cuales han logrado consolidar una base fiel de seguidores globales gracias a sus mensajes sobre la identidad, empatía y crecimiento

personal. Según Aguado (2019), este tipo de producciones han logrado desafiar estándares tradicionales al afrontar temas sociales y políticos , tanto del pasado como problemas actuales que han estado surgiendo en el mundo. En el caso de Perú , las producciones animadas aún se encuentran en desarrollo , por lo que la mayoría de proyectos independientes cuentan con recursos ilimitados y poca presencia transmedia. Por eso frente a ello, Ghaiad busca diferenciarse con un enfoque narrativo , educativo y cultural abarcando distintas plataformas para generar una experiencia más enriquecedora.

Al tratarse de un proyecto transmedia, Ghaiad implica una planificación cuidadosa de recursos y una inversión progresiva en producción y difusión. En este contexto, el panorama audiovisual peruano, actualmente en proceso de crecimiento y consolidación, representa un espacio fértil para el desarrollo de propuestas innovadoras. El auge de la era digital, la expansión de plataformas en línea, la participación en festivales de arte y animación, así como los programas de apoyo a la creación de contenidos audiovisuales, abren oportunidades concretas para fortalecer la visibilidad y proyección del proyecto tanto a nivel nacional como internacional. Además que al contar con tres formatos diferentes , esto puede abrir un camino a una mayor expansión de lo esperado en distintos entornos digitales y con un público diferente por cada uno. Según Guichot Reina y Merino Delgado (2016), el uso de contenido audiovisual con propósito educativo contribuye al desarrollo de contenidos significativos que pueden trascender más allá del entretenimiento , reforzando así la relevancia de Ghaiad dentro de este medio.

Ghaiad se dirige a un público juvenil peruano e internacional , principalmente interesado en el arte, la animación y los videojuegos con mensajes positivos e inclusivos. El proyecto tiene la posibilidad de expandirse por diferentes medios. A mediano plazo, se espera que Ghaiad se consolide como una marca narrativa independiente , reconocida por su identidad visual , su mensaje de empatía y el diálogo cultural entre los jóvenes. De acuerdo con Andrade, Valdivieso y Zambrano (2023) , los adolescentes se caracterizan por su participación en redes sociales y plataformas digitales, donde desarrollan nuevas formas de comunicación y sociabilidad que fortalecen su sentido de pertenencia e identidad. Por ello, el mercado objetivo puede definirse entre adolescentes y jóvenes de entre doce a dieciséis años que usen plataformas como Instagram, Tiktok o Youtube.

Finalmente , si bien el desarrollo de la industria audiovisual está aún en proceso dentro del Perú , en plataformas globales como Youtube y Tiktok , demuestran que los jóvenes están en

busca de producciones con las cuales se puedan sentir identificados y comprendidos , historias que les permitan reflexionar y criticar su entorno bajo un respeto mutuo entre individuos sobre temas sociales. Ghaiad responde a esa necesidad , ofreciendo un producto que mezcla diversos temas , ampliando sus oportunidades de expansión e interacción por distintos medios. De esta forma la serie, cómic y videojuego podrán complementar la experiencia del otro, fortaleciendo la fidelidad del público y su participación dentro del mundo narrativo.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

La propuesta de Ghaiad se define como un universo narrativo transmedia dirigido a adolescentes que atraviesan una etapa de descubrimiento y construcción de su identidad emocional y social. A través de historias de fantasía desarrolladas en distintos formatos el proyecto busca acompañar al espectador mediante narrativas que invitan a la reflexión, el pensamiento crítico y la aceptación personal, generando una experiencia inmersiva que conecta emocionalmente con el público juvenil.

Desde un enfoque intercultural, Ghaiad toma inspiración de la diversidad cultural del mundo para construir su universo narrativo, integrando costumbres, creencias y entornos simbólicos que se manifiestan en sus cuatro regiones principales: Tierra, asociada a la estabilidad y las raíces culturales; Aire, vinculada a la libertad y el cambio; Agua, la introspección y el equilibrio emocional y finalmente Fuego, representando la pasión y el amor. Estas regiones funcionan como metáforas del crecimiento personal y la convivencia entre culturas, reforzando la idea de equilibrio y unión presente en la narrativa del proyecto, en concordancia con lo planteado por Suárez Salgado (2021) sobre el valor creativo e innovador de las propuestas interculturales.

A nivel narrativo y educativo, Ghaiad busca transmitir valores sociales y emocionales que contribuyan al desarrollo personal del público adolescente. La animación, como señalan Guichot Reina y Merino Delgado (2016), constituye un recurso eficaz para la enseñanza de valores al combinar emoción y aprendizaje en experiencias significativas. Por ello, cada producto transmedia del proyecto pone énfasis en la empatía, la cooperación y el respeto, mostrando cómo las habilidades blandas pueden convertirse en herramientas clave para afrontar conflictos emocionales y sociales dentro del universo narrativo.

La propuesta de valor de Ghaiad radica en la fusión de la fantasía, el aprendizaje emocional y la diversidad cultural dentro de una estructura transmedia. A diferencia de otras producciones centradas principalmente en el humor o la acción, Ghaiad propone una narrativa sensible orientada a la reflexión y la conexión intrapersonal, con el objetivo de inspirar al espectador, fortalecer su autoestima y ofrecerle una visión positiva sobre el crecimiento personal. Asimismo, su identidad visual, inspirada en referentes culturales diversos, otorga una voz propia a cada región y personaje, reforzando el sentido de pertenencia y reconocimiento dentro del universo narrativo.

En síntesis, Ghaiad se presenta como una propuesta transmedia que permite la expansión de la historia a través de distintos medios, adaptándose a formatos como la animación, el cómic y el videojuego, y generando una experiencia accesible e inmersiva para el público adolescente. Mediante relatos de fantasía con enfoque emocional y educativo, el proyecto fomenta la empatía, el aprendizaje y la valoración de la diversidad cultural, posicionándose como una alternativa creativa que integra arte, cultura y educación dentro de un mismo universo narrativo.

Figura 4

Gráfico de la Propuesta de Valor



Nota. La figura muestra cómo estaría diseñada la propuesta para el usuario y en cómo este reacciona a ello.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Ghaiad se trata de un universo transmedia compuesto por tres productos , teniendo una serie animada,un cómic digital y un videojuego. Cada uno de estos aporta una perspectiva única del mundo y de los personajes pero todos se encuentran conectados bajo la misma idea: el equilibrio emocional, la empatía y la búsqueda del autoconocimiento.

El universo de Ghaiad se construye como un mundo de fantasía donde la convivencia entre distintas especies, culturas y sistemas sociales se ve constantemente puesta a prueba por conflictos derivados del desequilibrio emocional, el prejuicio y la ambición. La historia se desarrolla en un contexto marcado por tensiones políticas y sociales entre las regiones, así como por las secuelas de antiguas disputas que han fragmentado la armonía del mundo. En este mundo, los personajes constantemente enfrentan desafíos externos e internos , donde la empatía y el diálogo son ejes fundamentales para la reconstrucción del vínculo entre los habitantes de Ghaiad.

El proyecto se desarrolla en un formato 2D digital , inspirado en la fantasía contemporánea con referencias culturales. La serie animada cuenta con 12 capítulos por temporada , donde se hablan temas de salud mental, la diversidad y la superación personal a través de las aventuras de Elion y Railo.

En el cómic digital , se narran historias secundarias pero que exploran a más profundidad la subespecie de los exiliados , expandiendo el *worldbuilding* y dando contexto de cómo funciona Ghaiad en la actualidad , como la convivencia entre las razas y la diferencia entre clases o grupos étnicos. Detallando así la gran diversidad de culturas que posee su mundo con respeto, empatía y compasión.

El videojuego está diseñado principalmente para el entretenimiento del público juvenil , sin embargo también cumple su propósito como novela visual ya que por cada batalla no solo se muestran objetos de mejora , si no que se presentan relatos y la historia de Ghaiad en sus inicios , como estaba dividido el mundo y en cómo convivían las especies mucho antes que la maldad corrompiera sus tierras. El videojuego fue planteado con la idea de mostrar cuales pueden ser las consecuencias si no se logra mantener la paz entre las aldeas , por ello es mucho más caótico ante los productos de las demás transmedias.

Por otro lado , la identidad visual del proyecto se construye en base a paletas que puedan representar cada aldea siguiendo la teoría del color , tonos cálidos en el aire simbolizando la libertad , tonos morados en la tierra por la sabiduría y la ecosofía, turquesas en el agua por la autoaceptación y colores verdosos en el fuego para reflejar el caos, conflicto y la corrupción de la tierra. Está decisión de colores , fue para reforzar el mensaje emocional y la conexión del espectador con la obra.

El diseño transmedia permite que el usuario pueda vivir una experiencia narrativa fragmentada pero conectada , donde cada producto puede expandirse de una forma diferente sin perjudicar a la otra. Las plataformas digitales nos ayudan a ofrecer un espacio interactivo y con retroalimentación, donde podemos compartir adelantos , arte conceptual y materiales educativos de valores o acerca del mundo de Ghaiad para enriquecer el universo narrativo. Inspirado en lo narrado por Guichot Reina y Merino Delgado (2016), la animación en Ghaiad como un medio educativo puede fomentar la empatía y autorreflexión. Cada producto transmedia puede ser una herramienta de crecimiento personal porque el proyecto busca que el espectador se pueda sentir acompañado emocionalmente , la narrativa y el arte buscan ofrecer un espacio seguro para los jóvenes, para que puedan sentirse identificados con los conflictos de los personajes.

Al ser un proyecto digital, Ghaiad busca promover la inclusividad y la aceptación a través de medios en línea , reduciendo la necesidad de una distribución física y ampliando un alcance internacional. Asegurando así que cada producto de forma independiente pueda brillar por sí solo con tan solo complementar al otro.

2.5.5 Modelo de Negocio

Como Modelo de Negocio de Ghaiad , este se crea a partir de una necesidad por consolidar el proyecto para que no solo funcione como una propuesta artística , sino también como una iniciativa coherente y sostenible que se pueda adaptar al mercado del contenido audiovisual a través de tres formatos que requieren procesos de producción distintos , y que resulte en una estructura organizativa que permita desarrollar, financiar y difundir cada componente de este con resultados positivos.

Los aliados claves que pueden aportar un positivo desarrollo al proyecto se encuentran dentro de los festivales dedicados a apoyar el arte, la animación y los videojuegos , tales como la Sugoi y Pixelatl , donde ambos festivales apoyan el arte independiente y ayudan a la difusión

de proyectos animados tanto en Perú como otros países. Dentro de este sector también se encuentran las ONG formando un rol importante al relacionarse el proyecto con la salud mental y la diversidad cultural , ayudando así apoyar la producción con costos más accesibles. Del mismo modo plataformas digitales como Instagram y TikTok son fundamentales para el posicionamiento, junto a animadores, ilustradores y editoriales que puedan permitir expandir la visibilidad del cómic y contenido de redes.

Las actividades claves se centran en la producción de los contenidos transmedias : serie animada , cómic digital y videojuego , partiendo del desarrollo del worldbuilding emocional y narrativo. Además , se incluye la gestión de redes sociales , la creación de la comunidad y la elaboración de materiales visuales y conceptuales. La parte más esencial en sí del modelo es la constante actividad en contenido y participación en eventos culturales , que puedan permitir mantener el interés del público y ampliar el alcance del proyecto.

Y para llevar a cabo estas actividades, Ghaiad requiere diversos recursos claves , entre ellos está el equipo formado por animadores , guionistas, músicos y programadores. Siendo indispensable también la propiedad intelectual del universo narrativo , el uso de software especializado en animación e ilustración y los recursos que requieren las plataformas para la difusión y distribución del contenido , eso incluye también a la comunidad online que esté interesada en el arte, animación e historias , siendo este un recurso intangible pero fundamental para el proyecto.

Dicho anteriormente , la propuesta de valor de Ghaiad se centra en ofrecer historias que puedan enseñar sobre la empatía, la autoaceptación y el crecimiento personal , respondiendo al pedido de ayuda de muchos adolescentes por sentirse comprendidos y representados. El proyecto busca brindar un espacio narrativo seguro que a la vez pueda ofrecer entretenimiento y educación emocional , a través de personajes auténticos , diversidad cultural y una narrativa que pueda promover la reflexión en ellos. Esto es lo que puede permitir a Ghaiad distinguirse de otros proyectos generando un impacto social por medio del arte.

Sobre la relación que se maneja con los clientes, el proyecto plantea un vínculo cercano y constante basado en la interacción social. Las redes desempeñan un rol clave para poder actualizar información, recibir retroalimentación y fortalecer la comunidad , en otras palabras , nuestro público y cliente. Ellos esperan por una relación participativa y accesible , que pueda incluir contenido gratuito complementado con material ampliado por ello los canales empleados para llegar a los usuarios se tratan principalmente en plataformas digitales como

TikTok, Instagram y Youtube , donde se compartirán avances, episodios, arte y material educativo. El cómic se distribuiría mediante plataformas como Webtoon o Tapas, mientras que el videojuego estará disponible en espacios indie como Steam.

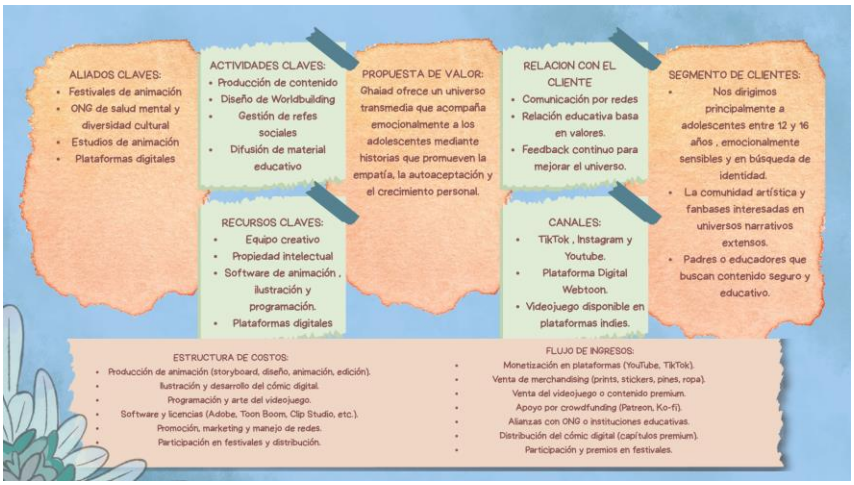
Desde el aspecto financiero, Ghaiad debe afrontar gastos relacionados a la producción de animación, programación e ilustración , así como a las licencias de software y al marketing digital. La participación en festivales , la distribución del contenido y la creación de merchandising también suponen costos relevantes a los cuales tomar importancia.

Para ello , se tiene presente que el flujo de ingresos se va a dividir en distintas partes: monetización en plataformas digitales , venta de merchandising , comercialización del videojuego o capítulos premium del cómic , crowdfunding en plataformas como Patreon o Ko-fi , alianzas con ONG o instituciones educativas y los premios o el apoyo que se pueda obtener en festivales. La diversificación de ingresos puede reforzar la sostenibilidad del proyecto, permitiendo continuar con el universo narrativo.

Este modelo permite que podamos definir elementos esenciales del proyecto, tales como los usuarios involucrados , los recursos y la relación que se manejará con el público a través del universo narrativo. El objetivo principal de Ghaiad es tener un impacto emocional y educativo en el espectador pero también , como estudio buscamos posicionarnos en la industria creativa peruana e internacional , donde a través de este tablero se pueda apreciar los elementos que sostienen la propuesta y la proyección del proyecto en el mercado audiovisual.

Figura 5

Gráfico del Modelo de Negocio



Nota. La figura muestra bloques organizados de los componentes del proyecto como Modelo de Negocio.

2.5.6 Resultados esperados

Durante el primer año de implementación, se espera que Ghaiad logre un acercamiento inicial con el público adolescente mediante su presencia en plataformas digitales y el lanzamiento progresivo de sus productos transmedia. A nivel narrativo y emocional, se proyecta que el proyecto genere una primera identificación del público con los personajes y temáticas abordadas, consolidándose como un universo narrativo capaz de acompañar a los jóvenes en una etapa clave de formación personal. Considerando el potencial educativo y emocional de la animación para la transmisión de valores y la promoción de la empatía (Guichot Reina & Merino Delgado, 2016), se espera que los usuarios puedan reconocer y reflexionar sobre emociones como el miedo, la inseguridad, la aceptación y el respeto a través de las historias presentadas.

Asimismo, durante este primer año, la construcción intercultural del universo narrativo de Ghaiad busca favorecer una aproximación inicial hacia la diversidad cultural y el respeto por distintas perspectivas, promoviendo el diálogo y la curiosidad por otros entornos sociales y culturales. Tal como señala Suárez Salgado (2021), este tipo de enfoques amplía las oportunidades creativas y fomenta el intercambio cultural, permitiendo que los adolescentes comiencen a explorar nuevas identidades y formas de comprensión del entorno que los rodea.

Desde el enfoque transmedia, se espera que Ghaiad genere una interacción constante del público juvenil en plataformas digitales, incentivando la exploración del universo narrativo a través de distintos formatos y puntos de entrada. De acuerdo con Piñeiro-Naval (2025), las narrativas transmedias favorecen experiencias inmersivas y una mayor fidelización del público cuando existen múltiples vías de acceso al relato, por lo que durante el primer año se proyecta una participación activa del usuario mediante comentarios, visualizaciones y seguimiento del contenido.

En términos del mercado y la proyección social, se tiene pensado que Ghaiad pueda consolidar una comunidad joven e interesada en las historias profundas , atractivas visualmente y con un mensaje emocional significativo , aprovechando el auge de producciones animadas en integrar temáticas sociales, culturales y emocionales (Aguado, 2019). Gracias a esto el proyecto podría posicionarse como una propuesta innovadora dentro del mundo audiovisual

peruano, un sector que aún se encuentra en desarrollo pero que presenta oportunidades de crecimiento gracias a la digitalización y a la participación activa de los jóvenes en redes. Así Ghaiad estaría contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) vinculados a la salud emocional y a la reducción de desigualdades , promoviendo mensajes positivos y que hagan reflexionar al espectador , volviéndose una herramienta de acompañamiento emocional para los adolescentes.

Finalmente, en términos de proyección social y cultural, se espera que Ghaiad logre consolidarse como una propuesta independiente reconocible dentro del ámbito audiovisual digital peruano, dirigida a adolescentes interesados en historias emocionalmente significativas y visualmente atractivas. En esta primera etapa, el proyecto busca sentar las bases de una comunidad juvenil interesada en contenidos que integren fantasía, reflexión emocional y diversidad cultural, contribuyendo de manera inicial a la promoción de mensajes positivos y al acompañamiento emocional del público adolescente.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Ghaiad empezó con una idea base, crear una historia que logre impactar en los más jóvenes, no mostraban los conflictos tal cual como sucedían en ese tiempo en la realidad pero siempre hubieron referencias que llevaba a uno a cuestionarse sus ideales y acciones para saber si lo que estaba haciendo era algo bueno o malo. Había obras como *Avatar: La leyenda de Aang ,* que trataban con problemas reales y otras como *Steven Universe ,* que erán más sutiles pero analizando a profundidad uno se podía dar cuenta que hablaban sobre problemas sociales que pasaban en la actualidad. En base a ello queríamos crear algo similar , queríamos crear un mundo que pudiera tratar sobre estos temas con los jóvenes , viendo que últimamente las series animadas han comenzado tener un enfoque más cómico o cuestionable por la libertad creativa , nos embarcamos en la misión en crear algo que logrará conectar con el público de una forma más cercana, es ahí que nace la idea de Ghaiad. Un mundo inspirado en la fantasía y el viaje del aventurero para alcanzar sus logros.

El desarrollo inicial de Ghaiad empezó desde la transmedia 1 , la serie animada. Donde se estaba estructurando el *worldbuilding* , el tono narrativo, la estructura del mundo y las primeras aproximaciones a los personajes y el gentío de este. En esta etapa se estuvo trabajando los

primeros bocetos generales del mundo , la prueba del estilo y las notas sobre la personalidad de los personajes principales , una vez obtenida base de la estructura narrativa transmedia 2 , el cómic y transmedia 3, el videojuego , pudieron desarrollarse para poder extender el universo narrativo a su manera sin quebrar la conexión y coherencia del mundo. Estos prototipos permitieron explorar una gran cantidad de ideas y las limitaciones técnicas para no generar conflicto o problemas narrativos entre los productos , a la par de ello, igual se estuvo desarrollando la dirección del proyecto para finalmente pasar a una construcción visual más sólida.

Una vez consolidada la identidad narrativa y visual , se desarrollaron los prototipos de alta definición que reflejaban con mayor exactitud lo que sería el producto final. Para la serie animada se elaboró un storyboard y animatic de que trataría el trailer, así como la idea narrativa de los primeros capítulos de la primera temporada para que este tuviera coherencia , también se marcó el estilo visual y las pruebas de color que se trabajarían en la identidad visual del proyecto como de los productos de la transmedia. En el caso del cómic digital, se produjeron páginas completas con composición final,linework depurado e iluminación acorde a la identidad visual del proyecto,al igual que un avance del tráiler sobre qué trataría la historia de este. Y finalmente, para el videojuego se realizó una demo funcional tipo novela visual con mecánicas básicas, menús interactivos y primeras secuencias de combates por olas de enemigos del mundo. Estos prototipos avanzados evidencian la capacidad del proyecto para materializar una experiencia transmedia coherente, inmersiva y emocionalmente significativa para el público adolescente.

Figura 6

Portadas de la serie, el cómic y el videojuego



Nota. La figura muestra portadas de presentación de cada producto de la transmedia.

Figura 7

Páginas del cómic



Figura 8

Concept Art de la serie animada

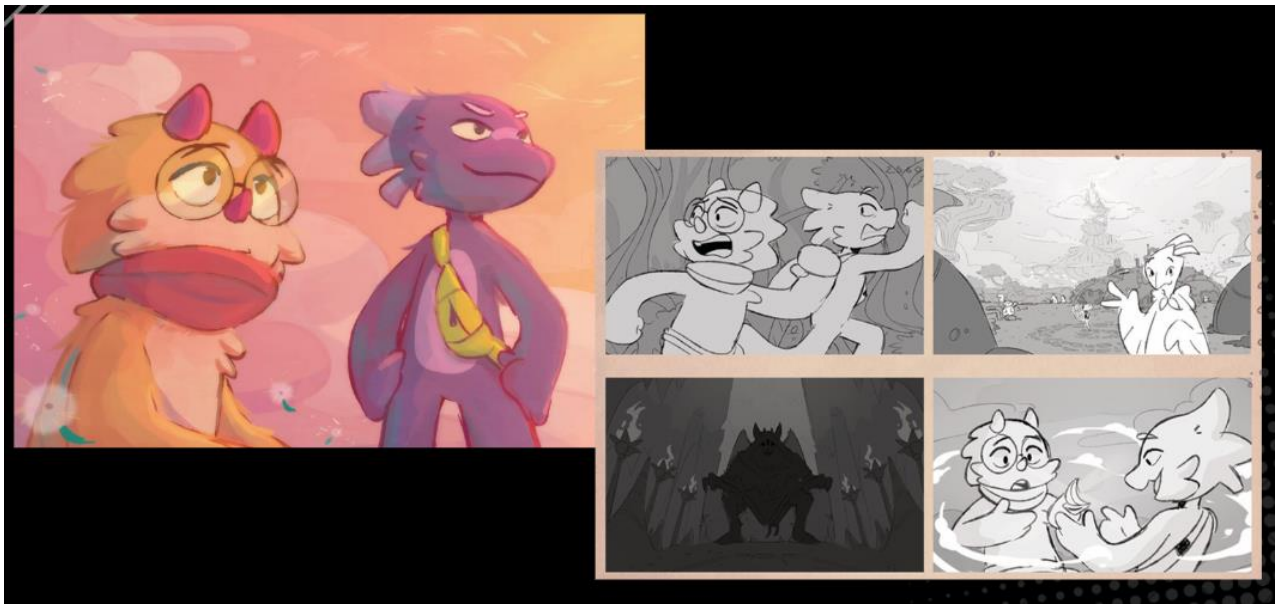


Figura 9

Assets del videojuego



2.5.8 Experimentos

Para validar las hipótesis narrativas, estéticas y emocionales del proyecto de Ghaiad, se desarrollaron diversos experimentos con usuarios reales dentro del rango objetivo entre doce a dieciséis años. Estas actividades incluyeron encuestas digitales al público para evaluar la opinión acerca de la narrativa y el contexto del mundo, entrevistas a especialistas en narrativa audiovisual para saber por cual producto enfocarnos primero y un focus group presencial con estudiantes de secundaria que permitió una mayor conexión con el arquetipo de usuario. El propósito central fue contrastar los supuestos iniciales sobre las preferencias del público adolescente y evaluar el potencial de conexión emocional del proyecto.

Para la encuesta digital, se realizó un cuestionario el cual se amplió a un público más extenso , donde no solo participaron adolescentes , si no que también adultos. Los resultados en sí revelaron que hay un patrón claro: los jóvenes buscan contenido animado que los tome en serio, que no minimicen sus emociones y que presente personajes imperfectos,complejos y emocionalmente honestos. Se evidenció que se sienten atraídos hacia una estética indie con mensajes simbólicos, muy alejados de la estética corporativa tradicional. Lo que valida la hipótesis inicial sobre que el público adolescente prioriza productos que puedan tener una profundidad emocional, representación e identidad estética distintiva.

Durante la entrevista con el especialista, se realizó una al guionista César Santivañez, quien aportó una mirada profesional sobre la estructura narrativa y la estrategia transmedia del proyecto. Sus observaciones cuestionaron la singularidad del worldbuilding y reforzaron la importancia de encontrar un "factor clave" diferenciador frente a referentes como *Avatar : La leyenda de Aang.* Asimismo, recomendó iniciar la estrategia transmedia desde productos viables como el cómic y construir una fanbase antes de escalar hacia formatos más costosos como la animación. Estas observaciones ayudaron a refinar la hipótesis sobre la viabilidad de la transmedia como un modelo de expansión y confirmaron la necesidad de profundizar en temas políticos, simbólicos y emocionales desde la fantasía.

Finalmente se desarrolló un focus group en el Colegio Nacional de Aplicación UNHEVAL (Huánuco) con aproximadamente 20 estudiantes entre 12 y 16 años. La sesión permitió evaluar las primeras percepciones del público objetivo al exponer la historia y los diseños de Ghaiad. Obteniendo un gran interés de parte de ellos hacia el antagonista , y mencionando que la estética sobre las aldeas y las bestias del mundo , son atractivas para ellos. Esta actividad presentó una validación directa, la hipótesis de que el antagonista podría convertirse en un punto narrativo central fue confirmada convirtiéndose en un eje clave para el desarrollo del universo.

De esta forma se puede confirmar que Ghaiad se llega a alinear con los intereses y necesidades del público objetivo donde buscan profundidad, presentación emocional, estética alternativa y mundos ricos en significado. Además, el hallazgo inesperado en el antagonista, se convirtió en una oportunidad de diseño narrativo y transmedia. En conjunto, las pruebas realizadas validan la dirección conceptual del proyecto y proporcionan una base sólida para continuar su desarrollo creativo y estratégico.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Ghaiad es un proyecto transmedia orientado a adolescentes que combina fantasía, diversidad cultural y desarrollo emocional para ofrecer un universo narrativo capaz de entretener y, a la vez, acompañar a los jóvenes durante su crecimiento personal. La propuesta se basa en la creación de un ecosistema transmedia compuesto por una serie animada, un cómic digital y un videojuego, complementados por plataformas digitales y redes sociales que funcionan como puntos de acceso, expansión narrativa e interacción directa con la audiencia. Todos estos elementos se desarrollan dentro de un mismo universo narrativo, manteniendo coherencia estética, simbólica y emocional, lo que permite ampliar el alcance del proyecto y reforzar la experiencia del usuario.

Dicho en la propuesta de valor , se sustenta que la creación de mundos fantásticos inspirados en tradiciones culturales reales, personajes complejos y una narrativa emocionalmente madura y un enfoque educativo que tenga de bass valores como la empatía , el respeto y la aceptación personal , puede hacer diferenciar el proyecto junto a la estrategia de la transmedia , convirtiendo a Ghaiad en un modelo de negocio que combine la distribución digital, el contenido audiovisual para plataformas, merchandising y experiencias interactivas , que permita un crecimiento grande y sostenible.

Para la sostenibilidad del proyecto , contamos con un equilibrio entre el impacto social, económico y creativo. Siendo que Ghaiad aporta a la ODS 3 Y ODS 10 , al promover la salud emocional y el respeto entre culturas a través de una narrativa que acompaña a los adolescentes , estudios reforzados demuestran que el valor formativo en la animación es la enseñanza de habilidades sociales (Guichot Reina & Merino Delgado , 2016).

Económicamente al contar con tres productos transmedias nos puede permitir reutilizar contenido del *worldbuilding* en diversos productos optimizando recursos y generando diferentes fuentes de ingreso con baja inversión inicial. Finalmente de forma creativa , el

universo es adaptable a expansiones futuras sin tener que dar un reinicio para la creación de un nuevo producto.

Entre los recursos que se utilizarán principalmente , se necesita el equipo de software que permita a artistas, animadores y programadores trabajar , programas como Clip Studio Paint, Photoshop y Toon Boom Harmony. Al igual que los recursos financieros que se están direccionando para el desarrollo e impresión del cómic, publicidad y merchandising. Estos insumos aseguran un flujo de producción escalable,estable y que pueda ser compatible con la proyección de Ghaiad.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Este es un estimado de los costos que forma parte esencial para una planificación más exacta de lo que necesitamos priorizar y para lo que se tiene que preparar el proyecto apenas salga a la luz como propuesta transmedia. Se tiene considerado que al tratarse de una transmedia se cuentan con productos diferentes, por lo que se pudo realizar una tabla de costos para lo que sería el presupuesto que se necesita manejar para lograr mantener la calidad del proyecto en áreas creativas , la narrativa y la técnica en cada uno de los productos como el piloto, el cómic , el videojuego y el marketing. Todo junto muestra una visión más clara del alcance del proyecto , volviéndose una herramienta clave en la toma de decisiones y la proyección de sostenibilidad dentro del mercado.

Los montos y el presupuesto agregado , es una referencia e información que se ha ido recopilando para tener las cifras más exactas , la idea es que el monto de cada producto pueda ser alcanzable para que los ingresos del apoyo de organizaciones como la DAFO y festivales , puedan ayudarnos a cortar los gastos y el proyecto pueda ser manejable para nosotros los estudiantes que queremos sacar adelante Ghaiad.

Para empezar, en el presupuesto del piloto animado en los cuales se tiene previsto los gastos legales ,administrativos, servicios notariales, derechos de autor, contabilidad y licencias para la gestión del proyecto, en el lado creativo los roles de directores, artistas, animadores y personal encargado de la post producción se ha estimado un gasto de S/445,037.62. Este presupuesto es un reflejo de lo que puede conllevar crear un piloto , pero también garantiza la calidad visual y narrativa , junto a una mejor idea de los posibles gastos únicos que se estarían realizando para que la serie se siga produciendo a largo plazo.

Tabla 1

Piloto Costo Presupuesto

Piloto Costo Presupuesto	Unidad	Costo (S/)
Gastos de Notaría	1 Paquete	S/.1,000.00
ITF + Comisiones bancarias	1 Paquete	S/.400.00
Registro de Indecopi	1 Pago Único	S/.150.00
Derechos de autor - Safe Creative (1 año)	1 Pago Único	S/.58.00
Contador(es)	12 Meses	S/.1,440.00
Administrador	6 Meses	S/.6,780.00
Licencia de Creative Cloud	1 Anual	S/.250.00
Compra de espacio + Dominio (gmail)	2 Anual	S/.320.00
Discord Nitro/Slack	2 Anual	S/.700.00
Producción General	1 Paquete	S/.19,867.75
Producción de Linea	8 Meses	S/.28,000.00
Asistente de producción	6 Meses	S/.6,780.00
Dirección general del proyecto	1 Paquete	S/.19,867.75
Guionista	1 Paquete	S/.7,947.10
Script Doctor	1 Paquete	S/.4,000.00
Dirección de Arte	10 Meses	S/.45,000.00
Dirección de Sonido	5 Meses	S/.17,500.00
Dirección de Animación	5 Meses	S/.17,500.00
Character Designer 1	2 Meses	S/.2,400.00
Character Designer 2	1 Meses	S/.1,500.00

Background Artist 1	5 Meses	S/.12,500.00
Background Artist 2	5 Meses	S/.10,000.00
Concept Artist 1	2 Meses	S/.2,400.00
Concept Artist 2	3 Meses	S/.3,600.00
Concept Artist 3 (Color key)	2 Meses	S/.3,600.00
Lead Storyboardista (Animatic)	2 Meses	S/.6,000.00
Storyboarder 1	2 Meses	S/.5,000.00
Storyboarder 2	2 Meses	S/.5,000.00
Storyboarder 3	2 Meses	S/.5,000.00
Storyboarder 4	2 Semanas	S/.600.00
Elión - VOICE ACTOR	1 Paquete	S/.3,000.00
Railo - VOICE ACTOR	1 Paquete	S/.3,000.00
Liberia - VOICE ACTOR	1 Paquete	S/.1,500.00
Abuela - EXTRA	1 Paquete	S/.600.00
Lead Layout artist	2 Meses	S/.10,500.00
Layout artist 1	2 Meses	S/.3,000.00
Layout artist 2	2 Meses	S/.3,000.00
Layout artist 3	2 Meses	S/.3,000.00
Animador Senior	110 Segundos	S/.10,916.40
Animador 1	91 Segundos	S/.8,063.51
Animador 2	91 Segundos	S/.8,063.51
Animador 3	91 Segundos	S/.8,063.51

Animador 4	91 Segundos	S/.8,063.51
Animador 5	91 Segundos	S/.8,063.51
Animador 6	91 Segundos	S/.8,063.51
Animador (in betweens)	91 Segundos	S/.7,096.18
Animador (in betweens)	91 Segundos	S/.7,096.18
Cleaner 1	110 Segundos	S/.3,982.00
Cleaner 2	110 Segundos	S/.3,504.60
Cleaner 3	110 Segundos	S/.3,504.60
Cleaner 4	110 Segundos	S/.3,504.60
Cleaner 5	110 Segundos	S/.3,115.20
Cleaner 6	110 Segundos	S/.3,115.20
Colorista	2 Semanas	S/.3,600.00
Asistente de post producción - 5	3 Meses	S/.10,830.00
Coordinador de post producción	3 Meses	S/.12,996.00
Editor del trailer y teaser	1 Paquete	S/.2,520.00
Diseñador grafico de los posters (4 posters)	1 Paquete	S/.1,440.00
Alquiler de estudio de grabación	1 Pago Único	S/.5,000.00
Sound Designer	1 Paquete	S/.12,000.00
Grabación de voces	1 Paquete	S/.4,000.00

Artista de Foley	1 Paquete	S/.4,000.00
Masterizar para Dolby	1 Pago Único	S/.7,200.00
Musica original + masterización	1 Paquete	S/.15,000.00
Derechos a APDAYC	1 Pago Único	S/.200.00
Terabytes de 1T	2 Pago Único	S/.500.00
Imprevistos	1 Pago Único	S/.2,000.00
Seguro de salud	12 Meses	S/.2,400.00
Transporte de los actores (CASA - ESTUDIO - CASA)	1 Paquete	S/.1,500.00
Catering para actores y crew	1 Paquete	S/.2,875.00
Total		S/.445,037.62

Nota. Cifras del costo que se manejaría de acuerdo a la cantidad de manos trabajando para el proyecto y documentos para el registro del piloto.

Para el presupuesto del cómic se obtuvo un monto de S/ 297,152.00 soles en costos administrativos , considerando pagos relacionados al registro legal,derechos de autor y al equipo creativo , similar al del piloto animado, sin embargo se pudo reducir gastos al no tener una post producción relacionada al sonido o música , por lo que esto podría reforzar la recomendación de la entrevista al guionista César Santivañez , haciendo que el cómic se podría priorizar antes que los demás productos para evitar gastos exorbitantes y encargarnos de mejorar nuestra comunidad.

Tabla 2

Cómic Costo Presupuesto

Cómic Costo Presupuesto	Unidad	Costo (S/)
Registro de Ghaiad:Exokuna en Indecopi como comic	1 Pago Único	S/.195.00
Gastos de Notaría	1 Paquete	S/.800.00
Comisiones de transferencias y transacciones bancarias	1 Paquete	S/.1,500.00
Safe Creative - Derechos de autor	12 Meses	S/.984.00
Carta de poder	1 Pago Único	S/.30.00
Asesoría legal	1 Paquete	S/.200.00
Administrador	12 Meses	S/.18,000.00
Contador	12 Meses	S/.18,000.00
Google Workspace (Acceso a dominio, google drive, google chat, etc)	12 Meses	S/.936.00
Notion para empresas	1 Anual	S/.35.00
Licencia de uso de Clip Studio Paint EX	1 Anual	S/.272.00
We-transfer para empresas	12 Meses	S/.1,272.00
Productor general	12 Meses	S/.42,000.00
Editor ejecutivo	12 Meses	S/.24,000.00
Coordinador de proyecto	12 Meses	S/.36,000.00
Director creativo	12 Meses	S/.36,000.00
Director de arte	12 Meses	S/.36,000.00
Guionista principal	3 Meses	S/.8,400.00
Co-guionista	3 Meses	S/.6,000.00

Editor de guion	3 Meses	S/.5,400.00
Corrector de estilo	3 Meses	S/.5,400.00
Concept artist 1	3 Meses	S/.6,900.00
Concept artist 2	3 Meses	S/.6,900.00
Diseñador de personajes 1	2 Meses	S/.4,000.00
Diseñador de personajes 2	2 Meses	S/.4,000.00
Ilustrador principal (lápiz)	3 Meses	S/.7,500.00
Ilustrador principal (lápiz)	3 Meses	S/.7,500.00
Entintador	3 Meses	S/.6,000.00
Entintador	3 Meses	S/.6,000.00
Colorista Senior	3 Meses	S/.7,500.00
Asistente de color 1	3 Meses	S/.6,000.00
Asistente de color 2	3 Meses	S/.6,000.00
Maquetador / diagramador	2 Meses	S/.5,000.00
Editor de textos	2 Meses	S/.4,200.00
Especialista en pre-prensa	2 Paquete	S/.5,000.00
Responsable de distribución	2 Paquete	S/.5,600.00
Total General		S/.297,152.000

Nota. Cifras del costo que se manejaría de acuerdo a la cantidad de manos trabajando para el proyecto y documentos para el registro del cómic.

En el caso de videojuegos , se estima un costo de S/ 433,749.00 incluyendo gastos administrativos , técnicos del desarrollo y el equipo creativo , incluso el pago por la licencia profesional de Unity para el mejor desarrollo posible para el juego. Este presupuesto permite

asegurar el proceso de producción y la creación de este producto interactivo de Ghaiad pero debido al uso de post producción para la sonorización el monto aumentó , teniendo un número cercano a que se manejaría durante del desarrollo del piloto.

Tabla 3

Videojuego Costo Presupuesto

Videojuego Costo Presupuesto	Unidad	Costo (S/)
Registro de Ghaiad - Altrunak en Indecopi como marca	1 Pago Único	S/.535.00
Gastos de Notaría	1 Paquete	S/.800.00
Comisiones de transferencias y transacciones bancarias	1 Paquete	S/.1,500.00
Safe Creative - Derechos de autor	12 Meses	S/.984.00
Carta de poder	1 Pago Único	S/.30.00
Asesoría legal	1 Paquete	S/.200.00
Administrador	12 Meses	S/.18,000.00
Contador	12 Meses	S/.18,000.00
Google Workspace (Acceso a dominio, google drive, google chat, etc)	12 Meses	S/.936.00
Notion para empresas	1 Anual	S/.35.00
Licencia de uso de Unity	12 Meses	S/.7,400.00
We-transfer para empresas	12 Meses	S/.1,272.00
Project Manager	12 Meses	S/.120,000.00
Game producer	12 Meses	S/.48,000.00
Supervisor de Niveles	6 Meses	S/.13,500.00
Supervisor Audiovisual	7 Meses	S/.18,000.00
Guionista	6 Meses	S/.12,000.00
Guionista	6 Meses	S/.12,000.00
Diseñador de juego	10 Meses	S/.30,000.00
Diseñador de música	5 Meses	S/.5,000.00

QA testeador de nivel	6 Meses	S/.6,000.00
Ilustrador / Concept Artist	6 Meses	S/.6,700.00
UI/UX artist	6 Meses	S/12,000.00
2D animador 1	3 Paquete	S/.3,000.00
2D animador 2	3 Paquete	S/.3,000.00
2D animador 3	3 Paquete	S/.3,000.00
Rigger 1	3 Meses	S/.4,500.00
Rigger 2	3 Meses	S/.4,500.00
Rigger 3	3 Meses	S/.4,500.00
Artista técnico -VFX	4 Meses	S/.16,000.00
Game Developer C# Unity	7 Meses	S/.38,500.00
Sonidista	4 Meses	S/.14,000.00
Marketing Manager	6 Meses	S/.33,000.00
Community Manager	8 Meses	S/.22,500.00
Total General		S/.433,749.00

Nota. Cifras del costo que se manejaría de acuerdo a la cantidad de manos trabajando para el proyecto y documentos para el registro del videojuego.

Finalmente el presupuesto asignado al marketing es de S/ 350,481.68 e integra costos administrativos y principalmente direccionados hacia todo el área de publicidad , diseño , identidad visual y lograr alcanzar al público y mantener siempre siendo visible ante ellos. Este presupuesto puede mantener firme en fortalecer al proyecto y es esencial para mantener en la dirección correcta a los tres productos distintos dentro de nuestra transmedia.

Tabla 4

Marketing Costo Presupuesto	Unidad	Costo (S/)
Registro de Ghaiad en Indecopi como marca	1 Pago Único	S/.535.00
Gastos de Notaría	1 Paquete	S/.800.00
Comisiones de transferencias y transacciones bancarias	1 Paquete	S/.1,500.00
Safe Creative - Derechos de autor	12 Meses	S/.984.00
Carta de poder	1 Pago Único	S/.30.00
Asesoría legal	1 Paquete	S/.200.00
Administrador	12 Meses	S/.18,000.00
Contador	12 Meses	S/.18,000.00
Google Workspace (Acceso a dominio, google drive, google chat, etc)	12 Meses	S/.936.00
Notion para empresas	1 Anual	S/.35.00
Licencia de uso de Adobe Creative Cloud	12 Meses	S/.1,741.68
We-transfer para empresas	12 Meses	S/.1,272.00
Project Manager	12 Meses	S/.48,000.00
Ejecutivo de cuentas	12 Meses	S/.21,600.00
Asistente de Marketing	12 Meses	S/.18,000.00
Supervisor de diseño	12 Meses	S/.30,000.00
Supervisor Audiovisual	12 Meses	S/.30,000.00
Supervisor de redacción	12 Meses	S/.30,000.00
Redactor Mid	12 Meses	S/.24,000.00

Redactor Jr.	4 Meses	S/.18,000.00
Analista digital	4 Paquete	S/.6,000.00
Diseñador gráfico Mid	12 Meses	S/.21,600.00
Diseñador grafico Jr.	12 Meses	S/.15,600.00
Diseñador gráfico Jr.	12 Meses	S/.15,600.00
Content creator	6 Paquete	S/.9,000.00
Editor audiovisual Mid.	12 Meses	S/.21,600.00
Editor audiovisual Jr.	12 Meses	S/.18,000.00
Animador digital	12 Meses	S/.15,600.00
Animador digital	12 Meses	S/.15,600.00
pauta META Ads	2 Semanas	S/.40.00
pauta IG Ads	2 Semanas	S/.40.00
pauta Tiktok Ads	2 Semanas	S/.200.00
Total General		S/.350,481.68

Nota. Cifras del costo que se manejaría de acuerdo a la cantidad de manos trabajando para el proyecto y documentos para el trabajo de marketing.

Al final en conjunto, los presupuestos del piloto animado, cómic , videojuego y la estrategia de marketing reflejan la magnitud de la ambición del proyecto Ghaiad , así como la necesidad de contar con el equipo correcto para poder garantizar obtener un producto de calidad. La inversión que se tiene proyectada es una prueba de que cada formato cumple una función en específica dentro del universo transmedia. De esta forma el presupuesto integral , no solo permite visualizar la factibilidad económica , sino que también es una forma de asegurar que su sostenibilidad se mantenga y pueda generar un buen impacto en el mercado juvenil y en el mundo audiovisual.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Como conclusión final, Ghaiad demuestra que los universos narrativos transmedia pueden convertirse en espacios significativos de acompañamiento emocional para el público adolescente, integrando el entretenimiento con el aprendizaje emocional y la diversidad cultural. Los resultados obtenidos a partir de la encuesta y el focus group evidencian que los jóvenes buscan historias complejas, sensibles y respetuosas, que no los subestimen y que dialoguen con sus procesos de crecimiento personal. Tal como sostienen Guichot Reina y Merino Delgado (2016), la animación se consolida como un medio eficaz para la transmisión de valores y la promoción de la autorreflexión, lo que refuerza el enfoque educativo y emocional del proyecto.

Asimismo, Ghaiad se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS 3 y ODS 10, al abordar el bienestar emocional y la reducción de desigualdades mediante representaciones culturales diversas e inclusivas. De esta manera, el proyecto no solo plantea una propuesta creativa innovadora, sino también una reflexión sobre la importancia de generar contenidos responsables que conecten emocionalmente con los jóvenes. En conjunto, Ghaiad evidencia un alto potencial social, cultural y narrativo, posicionándose como una propuesta con capacidad de expansión digital y proyección tanto a nivel nacional como internacional.

4.2 Recomendaciones

Como recomendación para estudios futuros acerca de la transmedia o en la profundización del universo narrativo de Ghaiad , se sugiere siempre mantener una conexión con el público a través de las encuestas si se está iniciando con el proyecto , es una forma de hablar con tu comunidad y futuro cliente para poder transformar tu trabajo es una obra que pueda rendir frutos más adelante. En términos del proyecto general , Ghaiad ha demostrado lograr una conexión con los adolescentes , como señala Aguado (2019) , los relatos animados que abordan temas políticos y sociales pueden llegar a generar un vínculo con los jóvenes.

También se aconseja que de estar empezado con una transmedia con distintos productos , se empiece a desarrollar el más económico y manejable, como ejemplo, se nos aconsejó haber empezado por el cómic siendo más viable manejar una comunidad sólida desde este , para luego avanzar a la producción de la serie animada y el videojuego.

Finalmente , es recomendable buscar alianzas con festivales, convocatorias DAFO y espacios educativos y de arte que puedan ayudar a ampliar el alcance del proyecto para poder asegurar la sostenibilidad de este. Constantemente se requiere hacer estudios dentro del grupo objetivo para poder ajustar la idea narrativa y de esta forma , cubrir las necesidades de aquellos que buscan un apoyo emocional en el arte.

De esta manera , Ghaiad se podrá consolidar como una iniciativa relevante , capaz de evolucionar y mantenerse vigente en el entorno creativo ante los constantes cambios.

V. Referencias Bibliográficas

Rajadell Puiggròs, N., Pujol, M. A., & Violant Holz, V. (2005). *Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales. Comunicar, (25).* *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825191*

Suárez Salgado, D. (2021). *La animación infantil como herramienta para la circulación de contenidos interculturales en la televisión ecuatoriana. Casos de estudio: Atrapasueños. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (133).* *https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/5481*

Liu, X., & Luo, Y. (2019). *The influence of animation on children's social and emotional development.*https://www.iikii.sg/?q=content/influence-animation-social-development-preschool-children

Sheikh, M. A., Hassan, A. A. U., Mohsin, N., & Mir, B. (2023). *Cartoon's Content and their Impact on Children's Psychology. 11(4). 3913-3923.*

https://journals.internationalrasd.org/index.php/pjhss/article/view/1750

Guichot Reina, V., & Merino Delgado, M. A. (2016). *Los cortometrajes de animación como herramienta didáctica para trabajar la educación en valores en educación infantil.* *https://doi.org/10.12795/CP.2016.i25.09*

Aguado, D. (2019). *Steven Universe: diversidad, género y representaciones culturales en la animación infantil. Creatividad y Sociedad*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7456531

Pajares Castellanos, Á. (s.f.). *Análisis de la narrativa transmedia entre el universo de League of Legends y la serie Arcane.*

https://es.scribd.com/document/812816360/Analisis-de-la-narrativa-transmedia-entre-el-universo-de-League-of-Legends-y-la-serie-Arcane-editado

Andrade, M. E., Valdivieso, D., Zambrano, C. K. (2023). *Redes sociales y el comportamiento de los adolescentes en la comunicación digital. Revista científica de Comunicación y Educación.* https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9205973

Piñeiro-Naval, V. (2025). *Narrativas transmedia de ficción: un estudio sobre las preferencias entre jóvenes*. *Historia y Comunicación Social.*

https://dx.doi.org/10.5209/hics.97116

Giancaspro, L. (2022). *Puentes de comprensión: Trauma cultural, tabú político, unacknowledgeability y trauma del testigo en Avatar: La leyenda de Aang. Sinestesiesonline, 11(34), 1-15.*

http://elea.unisa.it/xmlui/bitstream/handle/10556/7334/Sinestesieonline%202022%2c%20a.11.%2c%20n.34%2c%20pp.%201-15.pdf?sequence=5&isAllowed=y

VI. Anexos

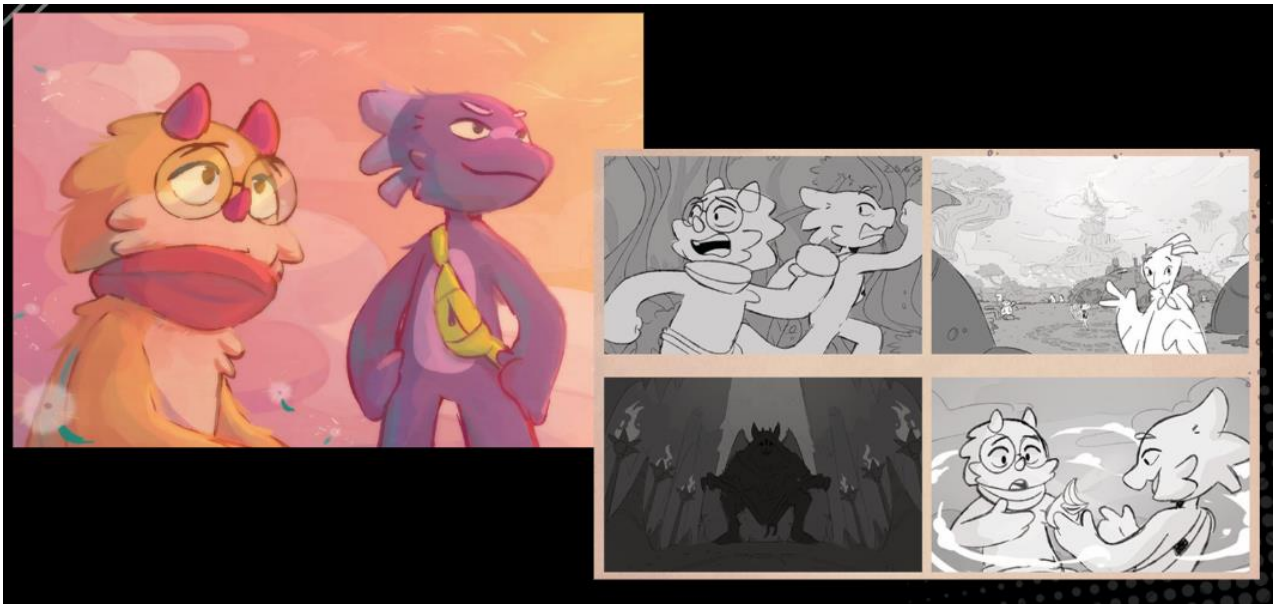
Anexo 1. Portadas de la serie, el cómic y el videojuego



Anexo 2. Páginas del cómic



Anexo 3. Concept Art de la serie animada



Anexo 4. Assets del videojuego

