ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

De la autoexigencia al crecimiento personal: Cattustrófico como narrativa animada para jóvenes en transición académica

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

PRESENTADA POR

JULIO CARLOS MORON GALLEGOS
DNI: 72424316, Perú

ASESOR

Juan Miguel Chunga Chunga
DNI: 74084320, Perú
ORCID: 0000-0001-6788-8540

JURADO

Marrou Vasquez Gianella Franchesca
Pérez Ortiz Brigitte Madelein
Vasquez Janampa Hristo Joel

Lima, Enero 2026

Informe-2017005941-MOR%C3%93N.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:545721991

Fecha de entrega
13 ene 2026, 9:45 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
13 ene 2026, 10:11 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-2017005941-MORÓN.pdf

Tamaño del archivo
5.3 MB

47 páginas

8549 palabras

47.724 caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
11%	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

Este informe se lo dedico a mi familia y a mis amigos que creyeron mi capacidad para seguir adelante y crear un buen futuro con los talentos que se me encomendaron, así como a las mentes creativas y artísticas que deben saber que nunca es tarde para crear algo nuevo o bueno.

Agradecimiento

Previo a iniciar, quisiera expresar mis agradecimientos a quienes hicieron posible la realización de este informe. Tengo mucho por lo que agradecerle a mis compañeros de clase que cursaron clases conmigo, a los profesores que me dieron la oportunidad de aprender de ellos, a las personas que brindaron información relevante para las encuestada, a los profesionales entrevistados que validaron la propuesta del proyecto, a la comunidad educativa de Toulouse Lautrec que me permitió pasar por distintas experiencias, a mis amigos que he hecho en el trayecto desde que inicio el viaje y a mi querida familia que siempre está presente acompañándome a la vez que me apoyan.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del proyecto 1

1.2 Resumen del proyecto de innovación 1

1.3 Contextualización del proyecto de innovación 2

II. Descripción de la innovación 3

2.1 Planteamiento del problema 3

2.2 Población beneficiada 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 5

2.4 Marco referencial 6

2.4.1 Antecedentes de investigación 6

2.4.2 Antecedentes nacionales 6

2.5 Proceso creativo y experimentos 7

2.5.1 Información sobre el usuario 7

2.5.2 Información sobre el mercado 9

2.5.3 Concepto y propuesta de valor 12

2.5.4 Diseño de producto/servicio 14

2.5.5 Modelo de negocios 16

2.5.6 Resultados esperados 16

2.5.7 Prototipos desarrollados 18

2.5.8 Experimentos 20

2.5.9 Resumen de proyecto de innovación 22

III. Estimación de costos 24

3.1 Presupuestos 24

IV. Conclusiones y recomendaciones 27

4.1 Conclusiones 27

4.2 Recomendaciones 27

V. Referencias Bibliográficas 28

VI. Anexos 30

6.1 Anexo 1: Encuestas para conocer al publico 30

6.2 Anexo 2: Encuestas de prototipo de baja fidelidad 33

6.3 Anexo 3: Encuestas de prototipo de alta fidelidad 35

6.4 Anexo 4: Encuestas de antecedentes de mensajes de series 38

6.5 Anexo 5: Entrevistas a profesionales 39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Prueba de Figura Arbol de problemas 4
Figura 2 Prueba de Figura Mapa de actores 5
Figura 3 Prueba de Figura Arquetipo de usuarios 8
Figura 4 Prueba de Figura Mapa de empatía 9
Figura 5 Prueba de Figura Metodología Scamper 13
Figura 6 Prueba de Figura Lienzo de propuesta de valor 13
Figura 7 Prueba de Figura Ruta de conceptualización de prototipo 14
Figura 8 Prueba de Figura Portada del tráiler del prototipo en realidad aumentada 15
Figura 9 Prueba de Figura Busnisess Model Canva 16
Figura 10 Prueba de Figura Prototipo de baja fidelidad 18
Figura 11 Prueba de Figura Prototipo intermedio 19
Figura 12 Prueba de Figura Prototipo de alta fidelidad 20
Figura 13 Prueba de Figura Tabla de creación de prototipo de baja fidelidad 21
Figura 14 Prueba de Figura Tabla de creación de prototipo de alta fidelidad 22
Figura 15 Prueba de Figura Tabla de los recursos a invertir 25
Figura 16 Prueba de Figura Tabla de costos de producción 26
Figura 17 Prueba de Figura Tabla de gastos indirectos 26
Figura 18 Prueba de Figura Tabla de gastos administrativos 26
Figura 19 Prueba de Figura Tabla de opciones de ingresos para financiamiento 26

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

De la autoexigencia al crecimiento: Cattustrófico como narrativa animada para jóvenes en transición académica

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Cattutrófico se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de actividades artísticas de entretenimiento y recreativas y busca resolver los problemas de la autoexigencia, el perfeccionismo y la ansiedad en tiempos de transición académica que generan impactos negativos, teniendo como población beneficiaria a jóvenes estudiantes de 17 a 24 años, que disfrutan de contenido de entretenimiento audiovisual animado en sus tiempos libres, pero que atraviesan procesos de autoexigencia, altas expectativas, perfeccionismo, ansiedad y desafíos emocionales vinculados a la transición académica. Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación. La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en que Cattustrofico es un proyecto transmedia que invita a los jovenes a formar parte de este, además de combinar humor, magia y reflexión para enseñar a los jóvenes que equivocarse también es parte de crecer, ofreciendo entretenimiento con un mensaje real y empático, se trata de una serie animada, a 2D en Toon Boom Harmony, sobre una estudiante de bruja y su compañero gato antropomorfo quienes se ven obligados a salir adelante juntos en su instituto. Por mencionar ciertos aspectos del triple balance, su impacto social se basa en abordar temas de salud y estabilidad mental, mencionados anteriormente, ofreciéndoles a jóvenes estudiantes un contenido que promueva la empatía, reflexión, bienestar emocional y personal, además al tratarse de un producto digital y experiencia transmedia, reduce el uso de materiales físicos y la generación de residuos y aunque requiera de un consumo energético, sigue siendo menor al de producciones físicas, incluso si consideramos su naturaleza transmedia, esto lo convierte en

un proyecto adaptable, escalable y sostenible en el mercado. Para la experimentación se diseñaron prototipos, el primero fue una imagen conceptual que introduzca el concepto de la página web y el segundo consistió en una página web, formalmente hecha en Google sites, la cual fue modificada según el Feedback que iba recibiendo, ambos prototipos se diseñaron con la capacidad de redirigir al usuario para que visualicen un tráiler en realidad aumentada del proyecto para que el usuario se pueda sentir parte del proyecto a la vez que tiene la oportunidad de pensar en el mensaje de la serie y para validarlos, se realizaron testeos digitales en las que los usuarios interactuaban con los prototipos explorando las subpáginas y lo que ofrecían, para luego visualizar el tráiler del proyecto en realidad aumentada, una vez interactuasen con cualquiera de los dos prototipos, serian redirigidos a una encuesta para dar su Feedback sobre el proyecto y sus prototipos. Los principales resultados fueron que, tras interactuar de forma digital con el prototipo de alta fidelidad y evaluasen el diseño, navegación, experiencia de uso y la función de realidad aumentada, mediante una encuesta online, más del 70% calificó positivamente la página web y cerca del 80% expresó una valoración favorable la implementación de realidad aumentada, la cual evocó emociones como curiosidad, interés e inmersión en el proyecto, además de considerarla innovadora, aunque las principales sugerencias de mejora se centraron en la tipografía, el diseño visual y hacer notar más el acceso de realidad aumentada. Se concluye que la solución propuesta logra generar una experiencia transmedia innovadora para el público, demostrando un alto potencial para transmitir su mensaje de bienestar emocional al público objetivo y se recomienda evaluar las iteraciones futuras relacionadas con el proyecto para medir la aceptación de este por parte del público, para gestionar estrategias que impulsen su escalabilidad, ampliando progresivamente los formatos que aporten valor a su narrativa transmedia, permitiendo fortalecer su presencia en el mercado.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se sitúa en una sociedad donde los jóvenes yacen en distintos entornos con contenidos de entretenimiento digital que promueven estándares de éxito difíciles de alcanzar, condiciones que también se reflejan en el ámbito académico como la autoexigencia y el perfeccionismo. Suh, H., Hong, J., Rice, K. y Kelly, V. (2022) indican que entre el 25% y el 40% de los estudiantes presentan tendencias perfeccionistas y de autoexigencia en sus respectivos contextos educativos. Con este contexto, proyectos animados transmedia como Cattustrófico, pueden diferenciarse de entre los demás y adquirir relevancia al ofrecer personajes con los que los jóvenes puedan identificarse y mundos que los inspiren, fusionando

aventura, humor y enseñanzas de vida que invitan a la reflexión sobre los errores y fortalecen la resiliencia.

Como consideración teórica, el concepto de transmedia se debe entender como un proyecto en el que elementos de la ficción se dispersan por distintos medios o canales de distribución buscando consolidar la unificación entre estos, creando un universo de ficción entrelazado, en tanto aporten le algo. El punto de partida de un proyecto transmedia es un producto principal, del cual se desprenden derivados, por lo que, si el producto principal fuese una película, sus derivados podría llegar a ser series, comics o videojuegos, en tanto sigan el hilo narrativo principal aportando al producto principal. Aunque esta definición también pueda calificar para un proyecto crossmedia, la diferencia es el rol que el público tiene, ya que un proyecto transmedia puede verse influenciado por el público, formando parte de una narrativa entrelazada, la cual genera expectativas en su evolución, claro ejemplo de esta narrativa sería la de la película del proyecto de la bruja de Bair, en el que formato de metraje encontrado en el que se grabó, vuelve al espectador parte de la narrativa. En este contexto, Ryan ML (2016) señala que la narración transmedia plantea una participación en la que los espectadores y/o usuarios no solo observan, sino también interactuar, comentar, ayudar a moldear el contenido y buscar respuestas ocultas como agentes activos.

II. Descripción de la innovación

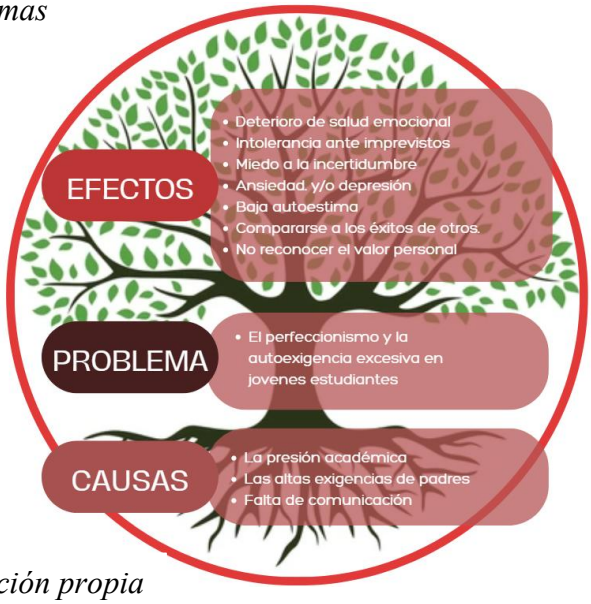
2.1 Planteamiento del Problema

Actualmente, muchos jóvenes pasan una etapa académica cambiante, marcada por la presión y la toma de decisiones importantes sobre su futuro. En este contexto, el perfeccionismo y la autoexigencia excesiva son una cuestión que perjudica a los estudiantes, alimentada por entornos familiares y sociales que exigen resultados. La competitividad y la comparación social generan en los jóvenes la sensación de no poder darse el lujo de equivocarse. Como resultado, se crea un ambiente en el que se valora más el rendimiento antes que aprendizaje y el crecimiento personal. Según Hamamura y Laird (2014), estas preocupaciones para ser perfeccionistas y autoexigentes tienen in impacto significativamente negativo en la salud mental, llegando a una cuarta parte de la variación en los niveles de depresión en estudiantes de distintos contextos académicos.

El perfeccionismo y autoexigencia excesivos en jóvenes estudiantes proviene principalmente de una constante presión académica y las altas expectativas impuestas por la sociedad, docentes o padres que no logran establecer una comunicación asertiva o empática. Si le sumamos el miedo por tomar decisiones erróneas que impacten negativamente en su futuro, en tiempos de elegir una carrera o adaptarse a un nuevo ciclo de estudios, tendríamos un escenario no muy favorable. Como principales consecuencias se encuentran generar un impacto negativo en la salud emocional de los jóvenes, lo cual los llevaría a manifestar ansiedad, depresión y baja autoestima. Según Fernández O. et al. (2023), el perfeccionismo académico se asocia con mayores niveles de ansiedad, depresión y pensamientos autocríticos, afectando el bienestar psicológico de los estudiantes. Así mismo, fomenta la intolerancia ante los imprevistos y errores, lo que dificulta el aprendizaje de estos, sin mencionar el sentir un miedo constante a la incertidumbre, limitando la capacidad de adaptarse, afectando tanto el rendimiento académico, como relaciones intrapersonales.

En este sentido, el proyecto se relaciona más con la ODS 4 de educación de calidad y con el objetivo 4.7 que promueve la adquisición de conocimientos y valores para el desarrollo sostenible mediante la educación en diversidad, ciudadanía y cultura de paz. Frente al problema del perfeccionismo y la autoexigencia en estudiantes, Cattustrófico busca enseñar al público a reconocer los errores como un escalón más en el aprendizaje, fortalecer la autoestima, practicar la cooperación y fomentar una comunicación más abierta entre su público. De esta manera, la serie contribuye al bienestar emocional y a la formación de personas resilientes, capaces de valorar la diversidad de pensamientos y reconocer el valor de los demás, en sintonía con los principios que impulsan la ODS.

Figura 1
Árbol de problemas



Fuente: elaboración propia

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiada principalmente son adolescentes y jóvenes que atraviesen por etapas de estudios o vida como el paso a la universidad o la elección de una carrera. En palabras de Suh et al. (2022), si se combina el perfeccionismo y la presión académica, disminuye la satisfacción de la vida, afectando la estabilidad emocional de jóvenes estudiantes. Como el proyecto brinda lecciones de cómo afrontar esos momentos y un espacio de entretenimiento que promueva la resiliencia, contribuye al bienestar emocional y desarrollo personal. Otras personas que podrían beneficiarse serian padres y docentes, al contar con un producto audiovisual que haga reflexionar sobre el valor de los errores y la comunicación empática. De forma indirecta, instituciones educativas y especialista en salud psicológica, pueden complementarse con el proyecto para aportar al bienestar mayor.

Figura 2
Mapa de actores



Fuente: elaboración propia

2.3 Objetivo(s) del proyecto

El objetivo general: Ayudar a jóvenes estudiantes en tiempos de transición académica difíciles, al contar una historia que les brinde entretenimiento, enseñando también sobre cómo superar las adversidades en la vida, valorar el trabajo en equipo, reconocer la diversidad de pensamientos y el propio crecimiento personal más allá del perfeccionismo, manteniendo su

salud emocional. En cuanto a objetivos más específicos, según la metodología SMART, estarían:

- Desarrollar un tráiler que muestre los aspectos generales del proyecto en un plazo de seis meses, para generar interés en el público juvenil a través de redes sociales
- Validar el impacto emocional del proyecto mediante encuestas con jóvenes estudiantes antes de la finalización de la producción.
- Presentar el proyecto Cattustrófico en al menos dos festivales o convocatorias de animación dentro del primer año de su lanzamiento, con el fin de obtener feedback y posicionarlo como una propuesta emergente en medios culturales y de entretenimiento.

El cumplimiento del objetivo se basa en que la serie animada de Cattustrófico, la cual sería el producto troncal, sea distribuida llegando al público objetivo, permitiéndoles asimilar la problemática y a través de la historia de la serie, reconocer las formas de mantener su salud emocional en momentos importantes y/o de cambio en sus vidas. Esta estrategia se alinea con la ODS 4.7, para llegar a una cultura de paz a través de una educación de calidad. Asimismo, los formatos complementarios del proyecto transmedia facilitan la interacción del usuario con el universo narrativo, fortaleciendo su vínculo con el mensaje y potenciando el impacto educativo del proyecto.

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes de investigación:

En el ámbito internacional, distintas producciones animadas demostraron que es posible transmitir mensajes de identidad, empatía y crecimiento personal. *Avatar: la leyenda de Aang* (2005) es una serie estadounidense que presenta la historia de un niño destinado a acabar con una guerra y traer balance al mundo y según una encuesta realizada a 12 personas, su éxito radicó en mezclar de manera complementaria aventuras fantásticas con la exploración del equilibrio interior, la responsabilidad y aprender de los errores, según el 91% de los participantes, reflejando el hecho de que generó un grupo solido de fans que aprendió mucho de esta serie. Mientras que *Arcane: League of Legends* (2021), situada en una ciudad dividida en la que viven 2 hermanas separadas por circunstancias sociales y emocionales, hizo que el 83% de participantes de la encuesta se identificaran con los personajes presentados al reflejar problemas como la desigualdad, la ambición y la búsqueda de identidad. Por otro lado, la serie *Over the Garden Wall* (2014) la cual es una

miniserie estadounidense que relata el viaje de 2 hermanos por volver a su casa, tras perderse en un bosque misterioso, pese a lo simple que suene, su tono introspectivo con metáforas sobre la vida cautivó al 83% de los encuestados que vieron la serie, quienes mostraron interés en historias que abordaban temas filosóficos. Estos ejemplos demuestran que la animación puede ser un recurso para la reflexión personal y no solo un medio de entretenimiento para un público, además que el 83% de los encuestados considera que el uso excesivo de comedia o sátira puede desviar la atención del mensaje principal y su profundidad de una serie.

2.4.2 Antecedentes nacionales:

En el contexto peruano, el rubro de producciones animadas se ha impulsado gracias a espacios como: el Festival Internacional de Animación Ajayu, el Perú Animation Summit, el programa de fomento Ibermedia, el festival Chilemonos y los fondos de DAFO. Estos espacios son un motor para la nueva generación de creadores que no solo les dan la oportunidad de mostrar su trabajo, sino que promueven proyectos que llevan consigo mensajes sociales y una identidad definida, permitiéndoles crecer, crear redes sólidas, encontrar financiación y demostrar que, desde el mundo de la animación digital, podemos contribuir e impulsar el desarrollo social, cultural y educativo real para el país. Como ejemplo de ello, para el momento en que se escribe este informe, el estudio de animación, Ninakami, desarrolla un proyecto animado en Perú llamado *Apukunapa Kutimuyñin*, el cual inició como una tesis de maestría de Omar Vallejos, que busca visibilizar y revalorar la riqueza de la cultura andina del Perú, mediante una propuesta de estilo anime que adapta elementos culturales sin perder su esencia original. Cattustrofico entraría en esta categoría al aportar una mirada propia sobre la autoexigencia, el perfeccionismo y la búsqueda de un equilibrio en la juventud, a través de un proyecto transmedia animado.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

A través de una encuesta realizada que alcanzo a 41 personas, se obtuvo una idea más clara de a quién va dirigido el proyecto. Consideraciones como la edad, entre 17 a 24 años, de donde provienen, sus gustos, preocupaciones, su perspectiva del tema, sus necesidades, si conocían proyectos como este que tratasen una problemática. Los conceptos generales y más repetidos

fueron usados para armar el mapa de usuario y, por consiguiente, el mapa de empatía. Las encuestas permitieron comprender desarrollar insights, siendo algunos:

- Necesita sentirse segura de sus decisiones y emociones, pero teme equivocarse, decepcionar a quienes confían en ella o piensen mal de ella. Quiere aprender y crecer a su propio ritmo, sin embargo, se compara constantemente con los logros de los demás y siente que nunca es suficiente.
- Busca inspiración y motivación en historias y personajes, porque siente que los contenidos actuales no reflejan los desafíos emocionales actuales, ni formas en que su generación los pueda afrontar y no puede conectar de forma auténtica con su propio crecimiento.
- Busca disfrutar de lo que hace y encontrar equilibrio entre estudio y bienestar, pero se siente culpable cuando descansa porque piensa que está perdiendo tiempo valioso.
- Quiere sentirse reconocida por su esfuerzo y dedicación, porque muchas veces siente que solo se valora el resultado final y no el proceso de aprendizaje.

Al final, el insight elegido fue: "Busca inspiración y motivación en historias y personajes, porque siente que los contenidos actuales no reflejan los desafíos emocionales actuales, ni formas en que su generación los pueda afrontar y no puede conectar de forma auténtica con su propio crecimiento".

Figura 3

Ficha de arquetipo de usuario



Fuente: elaboración propia

Figura 4
Mapa de empatía



Fuente: elaboración propia

2.5.2 Información sobre el Mercado

A partir de resultados obtenidos a través de una encuesta en la que participarón 41 personas, se logró identificar que una necesidad no satisfecha del público es que les cuesta encontrar proyectos animados que reflejen de forma autentica situaciones emocionales, personales y sociales que viven. Según los encuestados, el 68% coinciden en que las producciones actuales no reflejan los desafíos emocionales de esta generación, careciendo de profundidad al abordar temas como la ansiedad, la autoexigencia o la búsqueda de identidad, enfocándose más en el entretenimiento superficial. Un 53% de los participantes, mostro interés en formar parte interactivamente del proyecto transmedia, de esta forma teniendo una conexión más cercana a la historia, sintiéndose parte del mundo de Cattustrófico. La brecha entre lo que la audiencia potencial desea y lo que reciben, es una ventana de oportunidad para Cattustrófico, la cual propone un enfoque más empático y reflexivo que permita al espectador sentirse parte de su mundo, combinando humor, fantasía y crecimiento personal a través de un proyecto transmedia. Según Echevarría (2017), un enfoque transmedia permite la creación de un espacio de intercambio de ideas donde las personas pueden dialogar, compartir y contrastar perspectivas, lo que beneficia la construcción de conocimiento colectivo.

Las competencias investigadas y encontradas para el proyecto Cattustrófico, que sean directas y relevantes, calificarían producciones como “Hazbin Hotel”, “The amazing digital circus”, “Gravity Falls” o “Adventure Time: Fionna and Cake” ya que estas son producciones animadas emergentes que tratan temas complejos como la profundidad emocional y el desarrollo personal a través de sus historias y personajes mostrando como el espectador puede mejorar, todo esto a través de una narrativa transmedia, donde el público no solo consume la historia, sino que se involucra activamente en ella, lo cual hacen bien. Sin embargo, algo que no resuelve del todo es la parte de empatizar, pues algunas de estas producciones, ocasionalmente se sienten como sátiras. Si nos referimos a competidores indirectos, que aborden temas complejos de otra manera, se puede considerar: “Kpop demon Hunters”, “Nimona” y “Turning red” entre otras producciones, ya que, si bien tratan temas introspectivos, de crecimiento personal y autoaceptación, carecen de una propuesta transmedia que extienda la experiencia narrativa más allá de la pantalla. Mas que considerarlos proyectos competidores, la realización de estos puede brindarnos referencias a partir de sus mejores partes.

Considerando las barreras que podemos encontrar, Cattustrófico enfrentará ciertos retos, los cuales no deben ser un impedimento que detenga el desarrollo del proyecto. Si nos referimos a barreras tecnológicas, el proyecto requeriría programas de animación digital como Toon Boom Harmony y programas de post producción como After Effects, por mencionar algunos, además de computadoras o tabletas digitales, así que esta clase de requerimientos no están fuera del alcance. En la parte legal, habría que registrar la IP en INDECOPI, al tratar de conflictos de estudiantes, lo mejor sería contar con el apoyo del ministerio de educación para fortalecer su credibilidad, además de entrar en estándares que lo hagan apropiado para el público como no ser clasificación R. En cuanto a barreras sociales y/o culturales, aunque en aspectos generales en el Perú todavía hay una percepción limitada sobre la animación, según Rivera, R. (2011) con el inicio del siglo XXI la animación digital en el país experimentó un crecimiento significativo, evidenciado por la aparición de nuevas iniciativas y el desarrollo de los primeros largometrajes animados nacionales, el surgimiento de nuevos estudios y el creciente interés del público por este tipo de producciones, pasando de ser una práctica marginal a una forma expresiva con mayor reconocimiento cultural. Este crecimiento se ve reflejado en una encuesta realizada por mi persona sobre producciones nacionales de este tipo al público al que apunta Cattustrófico. En síntesis, esta barreras pueden ser superadas, si una gestión estratégica para

estas es llevada a cabo, mostrando a la animación como una forma de arte de impacto educativo y emocional.

En el ámbito de alcance a mediano plazo, se espera que el proyecto “Cattustrófico” logre posicionarse entre la población joven a nivel nacional, en la ciudad de Lima metropolitana, mediante redes sociales, festivales de animación y plataformas digitales. A largo plazo, se planea que el proyecto tenga un alcance a nivel internacional a través de plataformas de Streaming y colaboraciones de con productoras, distribuidoras y demás aliados clave de este tipo con interés en nuevos contenidos. así mismo, a través de un planteamiento transmedia, se buscaría generar y fidelizar una comunidad de seguidores para el proyecto para su interacción con el proyecto. Si nos referimos a un volumen de ventas, a través de licencias, productos derivados y plataformas digitales monetizadas, podría contar con un crecimiento progresivo equivalente a los clientes que formen parte del proyecto. De esta manera, apuntamos a que el proyecto resalte como una propuesta de la emergente animación peruana, reconocida por su mensaje y capacidad de conectar con distintas audiencias.

El segmento al que se dirige la solución propuesta de “Cattustrófico” corresponde a un público de estudiantes entre 17 y 24 años, pertenecientes a la generación Z, tanto género masculino como femenino, de nivel socioeconómico C, con nivel educativo universitario o superior, cuentan con un estado civil de solteros y están ubicados en ciudades estratégicas como Lima, Estados Unidos, Canadá, etc. Según una encuesta realizada a este grupo, llevan un estilo de vida de tipo, mantenerse informados a través de redes sociales, valoran la autenticidad, la creatividad y el sentido de pertenencia, compartiendo experiencias de su agrado. En cuanto a su comportamiento como consumidores, suelen buscar historias con las cuales identificarse, valorando más la calidad visual como la historia, principalmente en YouTube y Netflix. En cuanto a intereses, la encuesta realizada demostró estarían dispuestos a dar su apoyo a Cattustrófico, sobre todo si esta producción se promociona de la mejor forma a través de redes sociales, para lo cual habría que difundirlo como un proyecto transmedia del que pueden formar parte.

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta, se estima una alta demanda potencial por proyectos de fantasía, con humor y crecimiento personal, en especial si le agregamos el factor de producto transmedia. Según el BID (2023), la pandemia agravó la depresión y la ansiedad

en los jóvenes de América Latina por factores como el aislamiento y la incertidumbre, se estima que proyectos como Cattustrófico podrán beneficiar a un público potencial de miles de estudiantes universitarios y preuniversitarios. Si nos referimos a métricas, más del 80% indicó que vería y recomendaría un proyecto peruano que aborde temas de ansiedad o la búsqueda de identidad, mientras que un 46% indicó estar dispuestos apoyar económicamente el proyecto, de forma razonable, siguiendo en plataformas de streaming o adquiriendo merch relacionada, otro 46% se mostró indeciso en este aspecto, pero abierto a la posibilidad. Los resultados sugieren un público potencial de miles de estudiantes y jóvenes, tan solo en Perú, que buscan entretenimiento con historias en las que puedan sentirse parte, especialmente dentro del mercado emergente de animación latinoamericana.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El insight elegido fue: “El usuario busca inspiración y motivación en historias y personajes, porque siente que los contenidos actuales no reflejan los desafíos emocionales actuales, ni formas en que su generación los pueda afrontar y no puede conectar de forma auténtica con su propio crecimiento”. Tomando en cuenta lo dicho por Dibene (2018), explica que las narrativas transmedia facilitan experiencias inmersivas y significativas al aprovechar distintos medios y expandir el aprendizaje del usuario. Mediante la metodología Scamper, la idea inicial del proyecto se transformó para responder a la necesidad identificada en el insight. Las ideas obtenidas permitieron adaptar el proyecto a una propuesta de valor más empática, dinámica y centrada en la experiencia del público. Sus gain creators refuerzan la empatía y el autoconocimiento, mientras que los pain relievers ayudan a reducir la ansiedad y el miedo al error. El lienzo de propuesta de valor ofrece un mensaje de empatía a través de una narrativa transmedia que enseña al público objetivo sobre el crecimiento personal, invitandolos a participar y formar parte del proyecto, fortaleciendo su vínculo emocional con la narrativa.

Figura 5
Metodología Scamper

Scamper

Acción	Pregunta	Idea generada
Sustituir	¿Que parte puedo reemplazar?	Sustituir los típicos mensajes de perfección por historias sinceras sobre el error y el crecimiento personal.
Combinar	¿Que pasa si combino 2 elemetos?	Combinar humor y reflexión con interacción transmedia (encuestas, contenido expandido, o experiencias digitales) que conecten con el público.
Adaptar	¿Cómo se usa esto en otro contexto?	Adaptar el formato narrativo a redes sociales u otro formato para llegar a jóvenes en sus espacios cotidianos.
Modificar	¿Qué puedo ampliar o reducir?	Ampliar la participación del público incluyendo decisiones o desafíos que influyan en el universo narrativo.
Poner en otro uso	¿Cómo aplicarlo de otra manera?	Usar los personajes o fragmentos de la serie como material educativo o motivacional en colegios o talleres sobre bienestar emocional.
Eliminar	¿Qué puedo quitar?	Eliminar clichés de las series juveniles tradicionales y representaciones poco realistas de las emociones.
Reordenar	¿Qué pasa si cambio la secuencia?	Invertir la estructura narrativa: mostrar primero el fracaso o la caída del protagonista, y después el proceso de superación para generar mayor conexión emocional.

Fuente: elaboración propia

Figura 6
Ruta de conceptualización

Ruta de conceptualización de prototipo:

Portal Arcano Web de la Academia de Luminaris

1. **¿Qué es?:** El Portal Arcano Web de la Academia de Luminaris es un recurso interactivo que simula la presencia una plataforma digital con la que el usuario puede interactuar, formando parte del proyecto y teniendo acceso a información de este.

2. Descripción: Presenta secciones como conocimientos del mundo narrativo, información y palabras de los personajes y la profecía interactiva del tráiler, permitiendo al espectador explorar el mundo de la serie desde una perspectiva interna conectando al usuario con el universo.

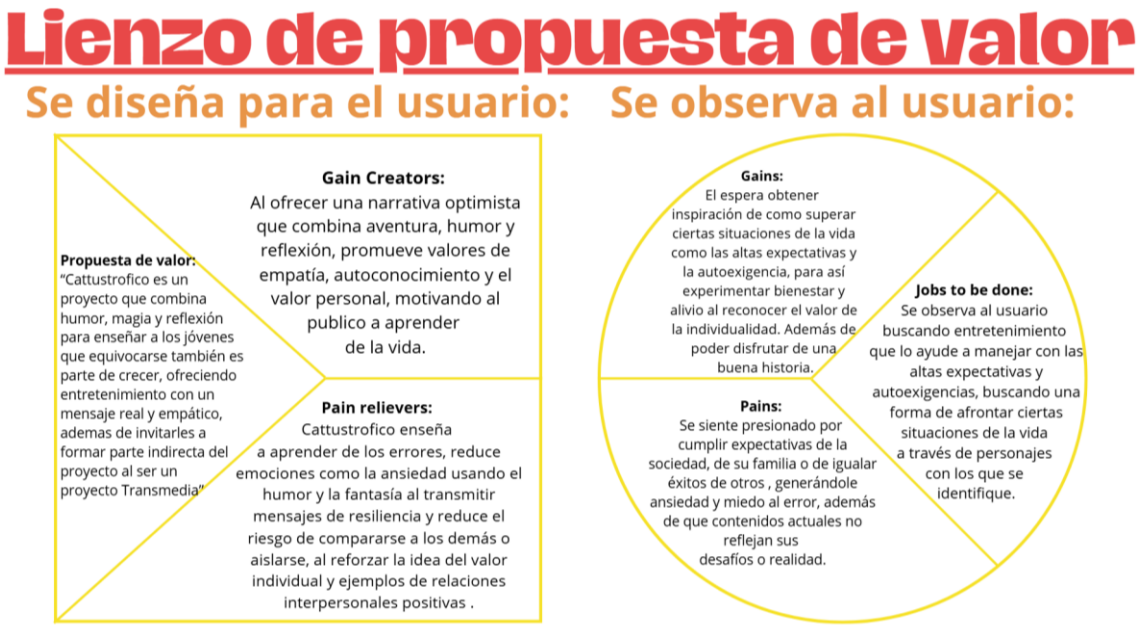
3. Diferencial: Para aumentar la inmersión en el mundo narrativo, se usó una pagina de realidad aumentada en la que el usuario puede interactuar con el tráiler, que es como una profecía de lo que será la serie, lo cual es algo que muy pocas producciones han hecho.

4. Contextualización: Se sitúa en un contexto donde hay múltiples producciones audiovisuales, pero no logran conectar por completo con sus audiencias. Nuestro publico son jóvenes estudiantes en tiempos de transición académica, los cuales podrá conectar mejor con el proyecto a través de un mensajes que refuercen su salud emocional a través de una narrativa transmedia.

5. Redacta el concepto: El Portal Arcano Web de la Academia de Luminaris es una plataforma digital interactiva que permite al usuario adentrarse en el mundo narrativo de la serie desde una perspectiva interna, combinando secciones informativas fantásticas y el tráiler interactivo que funciona como profecía. Al conectar elementos propios del universo con recursos transmedia, el portal ofrece una experiencia inmersiva con respecto a la serie, diseñado que el publico se sienta parte del proyecto de Cattustrófico, especialmente para jóvenes que atraviesan etapas de cambio académico, reforzando su bienestar emocional.

Fuente: elaboración propia

Figura 7
Lienzo de propuesta de valor



Fuente: elaboración propia

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El concepto base del proyecto es una serie en formato animado que enseñe al público objetivo que pese a los tiempos difíciles durante transiciones académicas complejas o las expectativas que tengan los demás sobre ti, las cosas no están tan mal como parecen y pueden mejorar, sobre todo si estas preparado para esos momentos. Tomando en cuenta el factor de transmedia, a futuro el concepto de la serie podría expandirse a otros medios narrativos interconectados, que den al usuario la sensación de formar parte del proyecto. En cuanto al producto/servicio innovador del proyecto en sí, se consideró dar a conocer el proyecto a través de un tráiler, que las personas puedan ver por medio de realidad aumentada, gracias a de una página web inmersiva que simula formar parte del mundo ficticio de la serie Cattustrófico. En ella, los usuarios encontrarían cosas como el contexto del mundo donde se sitúa la serie, información de los protagonistas, una sección para sugerencias en general del proyecto transmedia y una imagen que redirija al usuario, a través de un enlace, a una página de realidad aumentada donde puedan ver el tráiler donde sea que apunte la cámara de su dispositivo, interactuando con este. El diseño de la página inicial tendría una estética de misticismo, que, de la sensación de ser de una página de una escuela de magos, permitiéndole al usuario sentirse parte del mundo de la serie.

Desde la perspectiva del triple balance, Cattustrófico generaría un impacto social al visibilizar temas relacionados a la salud emocional en jóvenes, como la autoexigencia, el miedo al fracaso, la incertidumbre, el perfeccionismo o las altas expectativas, a través de una narrativa que fomenta la empatía, la reflexión, autoconocimiento, aprender de los errores y demás habilidades blandas, en adición de elementos transmedia que fomentan una participación activa del usuario, fortaleciendo las bases que este tenga para salir adelante. Al ser un producto digital, su impacto ambiental sería positivo al reducir el uso de materiales físicos asociados a la contaminación, los recursos audiovisuales, plataforma web y el tráiler en realidad aumentada fomentan un consumo sostenible, alineado con el uso de herramientas digitales que minimizan la huella ambiental, sin generar residuos y aunque requiera de un consumo energético, este puede optimizarse mediante practicas éticas y una buena administración de los recursos digitales, lo cual sigue siendo mejor comparado a procesos físicos con recursos contaminantes. Al tratarse de un proyecto transmedia, su impacto económico lo procesionaria como un producto escalable en el mercado de la animación y la educación emocional, tomando como ventaja su adaptabilidad, permitiéndole diversificarse a través de distintos ingresos como plataformas digitales, fondos culturales, colaboraciones educativas y a largo plazo, llegar a acuerdos con servicios de streaming, como Netflix.

Figura 8
Portada del tráiler del prototipo en realidad aumentada

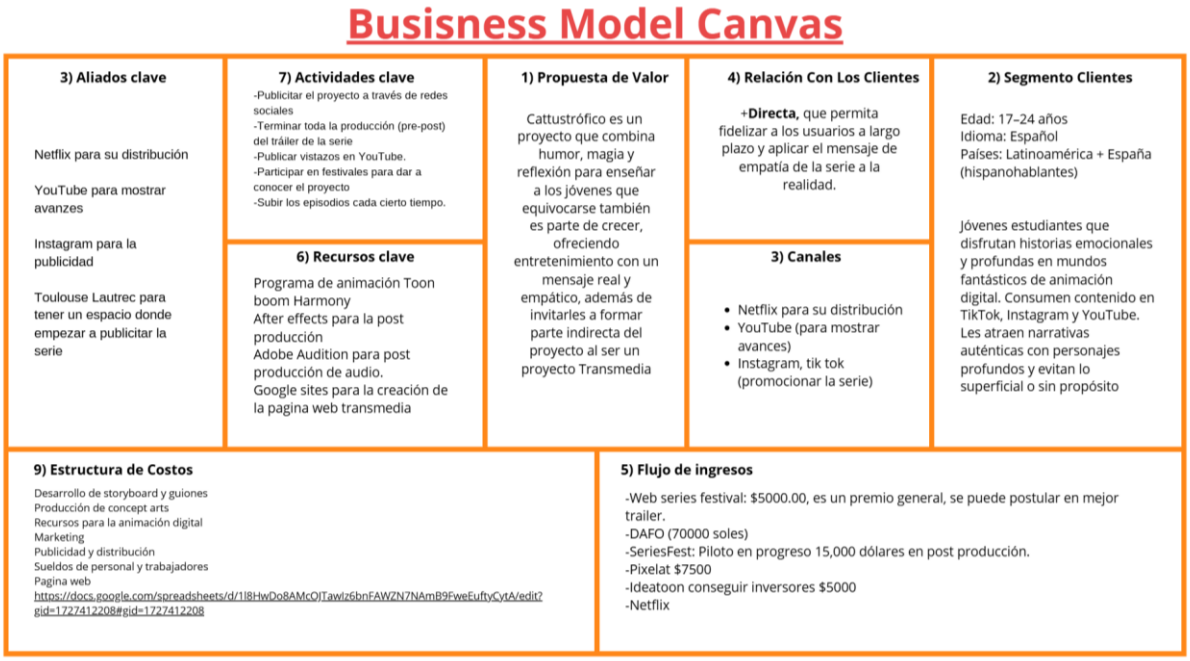


Fuente: elaboración propia

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio se basa en ofrecer una propuesta de valor que combina humor, magia y reflexión, para hacer llegar hacer un mensaje de empatía para el crecimiento personal a través de una experiencia transmedia. Para llegar a los clientes, los cuales serían jóvenes estudiante entre 17 y 24 años, utilizaríamos canales como YouTube, Instagram o tik tok, fortaleciendo una relación directa que busque fidelizar el público a largo plazo. Con aliados claves como Netflix para la distribución o YouTube y otras redes sociales para la publicidad, realizaremos actividades claves como publicar avances y vistazos, publicitarla y Publicar en un tiempo específico los episodios de la serie, para lo cual necesitaríamos recursos claves como programas de animación, edición y demás labores de la producción. La forma de comercialización del proyecto se centrará en la distribución digital de la serie a través de YouTube, complementada con la participación en convocatorias, fondos culturales y concursos audiovisuales que permitan financiar el desarrollo y asegurar la sostenibilidad del producto.

Figura 9
Busisness Model Canva



Fuente: elaboración propia

2.5.6 Resultados esperados

Los resultados esperados en un escenario de éxito, en el que proyecto de Cattustrofico sea distribuido, llegando a jóvenes estudiantes y una vez que interactúen con el proyecto transmedia viendo la serie, se espera que, a través de esta, relacionen la narrativa con el mensaje

y reflexión para lidiar con el estrés, la autoexigencia, perfeccionismo y las altas expectativas. De no ser ese el caso, por lo menos que el público puede ser más consciente de la problemática y podría empezar a lidiar con esta a su tiempo. Por lo que, el cambio que se reflejaría en su entorno sería una mayor apertura para hablar sobre su bienestar emocional. así mismo, mejoras tangibles, se podría esperar un aumento de visualizaciones en contenidos de salud emocional y una mayor participación en proyectos transmedia por parte del público. Mientras que, entre las mejoras tangibles, se podría esperar una mayor comprensión de que el error es parte del crecimiento personal y fortalecimiento del autoestima del público, reforzando el propósito del proyecto Cattustrófico.

En cuanto a un impacto cuantitativo positivo esperado, según INEI (2023), en país hay cerca de 7.9 millones de personas jóvenes entre 15 y 29 años. Si Cattustrófico lograse captar tan solo el 5% del segmento mencionado, tomando en cuenta el interés que las encuestas evidenciaron y que el público cuente con acceso a internet y Netflix, la serie podría llegar a 390 mil jóvenes. Ante esta posibilidad, se deben considerar los beneficios del mensaje de reflexión y empatía que fortalecerían la salud emocional, así como la reducción de los sentimientos de autoexigencia extrema o miedo al error, señalados como problemáticas recurrentes en la población encuestada. Con esto en mente, se proyecta que la satisfacción del publico respecto a proyectos de animación que representen desafíos reales aumente, así como la visibilización de proyectos transmedia, que permitan a los usuarios a involucrarse con la historia a través de experiencias interactivas. A nivel cualitativo, si el proyecto logra distribuirse y los mensajes del proyecto se asimilan, el público objetivo no solo tendría la oportunidad de asimilar la problemática y aprendería a lidiar con esta, sino que se podría establecer una comunidad alrededor del proyecto, generando un espacio seguro donde los jóvenes puedan sentirse acompañados en un espacio que refuerce el bienestar emocional, el valor personal, la autoestima y motivándolos a seguir adelante, todo gracias a las enseñanzas de la serie.

Los resultados esperados del proyecto mantienen una relación directa con la problemática identificada en el público, porque abordan específicamente la autoexigencia, el perfeccionismo y el estrés emocional que los usuarios identificaron durante la encuesta inicial. De este modo, el impacto previsto se alinea con el objetivo general del proyecto: enseñar a los jóvenes a lidiar con el estrés y la autoexigencia a través de una experiencia transmedia emocionalmente significativa, que les permita sentirse parte del proyecto. La solución propuesta tiene un hilo

lógico entre el problema, la solución y el resultado esperado, ya que la estrategia transmedia trata de forma directa las causas que lo originan. Por eso, esperamos ver mejoras que son totalmente coherentes con el enfoque que adoptamos.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El primer prototipo realizado para el proyecto fue una imagen conceptual, de lo que sería la página web transmedia que incluía un código QR que, al ser escaneado, redirige al usuario para ver el tráiler del proyecto Cattustrófico.

Figura 10
Prototipo de baja fidelidad



Fuente: elaboración propia

El segundo prototipo realizado para el proyecto, antes de llegar a un prototipo de alta fidelidad, fue una página web realizada con Google Sites, con una brave introducción, enlaces a subpáginas para conocer otros aspectos del mundo narrativo de proyecto y que den la sensación de formar parte del proyecto al permitir la interacción por parte de los usuarios. también incluye un QR para redirigir al usuario a una página web en la que también vería una versión mejorada del tráiler en realidad aumentada. De acuerdo con el Feedback que este prototipo iba recibiendo, se hacían mejoras.

Figura 11
Prototipo intermedio



Fuente: elaboración propia

Una vez se aplicaron las modificaciones que el público pidió, se desarrolló el prototipo de alta fidelidad, la misma página en Google Sites, pero con modificaciones de diseño para darle una sensación más de fantasía, reducción de textos, eliminación del código QR y una mayor visibilización al acceso de la función de realidad aumentada.

Figura 12
Prototipo de alta fidelidad



Fuente: elaboración propia

2.5.8 Experimentos

Siguiendo con los objetivos en la creación del prototipo de baja fidelidad, que era explorar si la interacción permitía que los usuarios se sintieran parte del proyecto y si la propuesta transmedia resultaba innovadora, los experimentos realizados para medir su viabilidad consistieron en mostrar el concepto general de la página web, junto con el enlace que llevaría al usuario a la página de realidad aumentada en donde presenciarían el tráiler del proyecto. Para esta parte del experimento, 10 personas interactuaron con el prototipo de baja fidelidad de forma digital, los usuarios fueron redirigidos a una encuesta en Google forms donde compartieron sus opiniones y Feedback. En la primera encuesta, tras la interacción con el prototipo de baja fidelidad, el 100% de los resultados validaron la percepción de que el proyecto resultase innovador, el 70% de personas mostraron mayor interés en el aspecto transmedia de la página web, el 80% aprobó su calidad visual, a pesar de ser un prototipo de baja calidad y el

100% del publico piensa que el uso de realidad aumentada para dar a conocer el tráiler a través de una página web es innovador permitiéndole al espectador una nueva forma de interactuar con proyecto haciéndolo sentir como parte del proyecto, dándonos a conocer que las experiencias con el tráiler de realidad virtual fueron en un 60% positivas. Como último hallazgo, indicaron que algo a mejorar sería el estilo visual de la página web antes de pasar a ver el tráiler.

Figura 13

Tabla de creación de prototipo de baja fidelidad

¿Que probará el prototipo?	Objetivo del prototipo	Trabajo de taller
El prototipo realizado probara tanto si las personas se sienten parte del proyecto, como si la forma de interacción con este es innovadora y hace que las personas busquen formar parte de la narrativa de la serie.	Que los usuarios interactúen con el este, vean el tráiler a través de realidad aumentada, que de a conocer el mundo en el que se ambienta la historia y que muestre lo que ofrece, que seria una serie animada con un mensaje real y empático.	Para realizar el proyecto requeriríamos de equipos adecuados como computadoras y programas de animación para un tráiler y pagina web transmedia.
Contacto usuario/prototipo	A los usuarios les pareció innovador el uso de realidad aumentada para ver el tráiler, ya que no es que se va a menudo, además que ayuda conectar con el proyecto, En cuanto a la pagina web transmedia, indicaron que complementa bien la historia permitiendo mostrar detalles del mundo narrativo, expandiendo la historia e involucrando mas al espectador. Lo único que resaltaron para mejorar, es la calidad visual, así como explicar mejor como funciona la integración entre la pagina web y la realidad aumentada.	

Fuente: elaboración propia

Los experimentos realizados para validar el prototipo intermedio, antes de clasificarlo como de alta fidelidad, consistieron en enviar un enlace hacia la página web a los participantes de encuestas anteriores para que interactuasen con el prototipo de alta fidelidad, en este caso la página web en Google Sites. Los usuarios que interactuaron con este prototipo fueron redirigidos a una encuesta online donde podían dar sus opiniones y recomendaciones, en la que los principales comentarios hacia este prototipo eran que diseño aún era muy básico, que esperaban algo más acorde al tema fantástico, que el QR es innecesario si entras a la página desde un teléfono, que había mucho texto al inicio y que era difícil de acceder a la función de realidad aumentada. Durante esta parte del experimento se aplicaron las mejoras recomendadas, donde recibió el visto bueno, según los participantes de las encuestas, para ser clasificado como prototipo de alta fidelidad.

Figura 14
Tabla de creación de prototipo de alta fidelidad

Tabla de creación de prototipo de alta fidelidad

¿Que probará el prototipo?	Objetivo del prototipo	Trabajo de taller
Evaluará si la página web final es clara, funcional e inmersiva, si el tráiler en realidad aumentada mejora la comprensión del proyecto generando interés real en la propuesta transmedia y si los ajustes realizados a partir del prototipo de baja fidelidad fueron efectivos.	Comprobar la usabilidad, la experiencia transmedia y la eficacia narrativa del prototipo final, verificando que las mejoras aplicadas incrementen la satisfacción del usuario y fortalezcan su conexión con el mundo de Cattustrofico.	Para realizar el prototipo requerimos de equipos tecnológicos, generar un enlace para la realidad aumentada, un dispositivo móvil para testear fluidez y funcionamiento.
Contacto usuario/prototipo	Los usuarios que accedieron al prototipo mediante un enlace enviado, exploraron libremente la página web y la experiencia de realidad aumentada. Luego completaron una encuesta online para registrar sus opiniones. Con 41 participantes, el 70% valoró positivamente la navegación y la comprensión del mundo del proyecto, mientras que alrededor del 80% calificó favorablemente la experiencia general y el funcionamiento de la realidad aumentada. Aunque un 12% sugirió mejoras técnicas y visuales, el 100% expresó su intención de apoyar el proyecto, evidenciando una buena recepción del prototipo.	

Fuente: elaboración propia

Para este punto, ya con el prototipo de alta fidelidad, una mayor cantidad de usuarios interactuaron con el prototipo de alta fidelidad, para luego ser redirigidos a una encuesta online donde diesen sus opiniones finales del nuevo prototipo, en la cual participaron 41 usuarios. Los resultados mostraron que el 70% tenía opinión positiva respecto a la navegación dentro de la página y a su aporte en el entendimiento del universo del proyecto, de manera similar, cerca del 80% expresó una valoración positiva, tanto de la experiencia general de uso, como del funcionamiento de la realidad aumentada y que en general la página web generó una sensación de inspiración, curiosidad e interés por el proyecto por una parte mayoritaria del público. En cuanto a mejoras de este prototipo, un 12% de los participantes mencionaron oportunidades de mejora para presentarse como producto final como la tipografía en el diseño, arreglar detalles menores de la interfaz de la página y realidad aumentada, pero a pesar de eso, el 100% de los encuestados expresaron su interés por apoyar el proyecto.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El problema identificado para realizar este proyecto fue la autoexigencia, el perfeccionismo y la ansiedad que sufren jóvenes estudiantes en tiempos de transición académica. Problematica principalmente causada por la presión académica, las altas expectativas, la falta de comunicación o una falta de guía para mantener la salud emocional, cuyas consecuencias

pueden ser, desde ansiedad, depresión, intolerancia a los imprevisto o miedo a equivocarse. Para la cual empezamos el proyecto Cattustrófico, cuya propuesta consiste en que "Cattustrofico es un proyecto transmedia que invita a los jóvenes a formar parte de este, además de combinar humor, magia y reflexión para enseñar a los jóvenes que equivocarse también es parte de crecer, ofreciendo entretenimiento con un mensaje real y empático" siendo esta una propuesta difícil de encontrar en producciones actuales. El modelo de negocio se sustenta en la participación del proyecto en convocatorias, tales como los impulsos económicos DAFO, Ibermedia, Pixelatl, Ideatoon, etc, cuyas inversiones a proyectos van desde 20000 a 70000 soles, dependiendo de la convocatoria, además, si el proyecto llega a ser distribuido en Netflix, esto permitiría esto permitiría asegurar un flujo de ingresos, fortaleciendo su sostenibilidad.

La sostenibilidad del proyecto Cattustrófico se fundamenta en los tres pilares del triple balance. En el ámbito social, al abordar temas de los que poco se hablan, como la salud emocional, los jóvenes pueden beneficiarse al reforzar habilidades de empatía, reflexión y autoconocimiento. En cuanto al impacto ambiental, este contribuye al medio ambiente al reducir su impacto ecológico al sustituir procesos físicos de consumo de materiales por trabajo digitales que minimizan residuos materiales, minimizando una huella ecológica negativa. Adicionalmente, el impacto económico del proyecto se plantea como un producto escalable y sostenible al ser un proyecto transmedia, con posibilidades de financiamiento en convocatorias de impulsos económicos y alianzas para su distribución en plataformas digitales.

Tras validar el prototipo de alta fidelidad, se planea implementar las mejoras sugeridas por los participantes de las encuestas, como modificar tanto la tipografía, al igual que el diseño de la página y evidenciar con mayor claridad el acceso a la página web. Una vez aplicadas las modificaciones sugeridas, el proyecto podría replicarse en contextos otros, tales como educativos, culturales o psicológicos, así mismo en instituciones que buscan contenidos digitales que aborden la salud emocional en jóvenes, más allá de solo distribuirla en un servicio de streaming. Con respecto a la masificación, se proyectan participaciones en festivales de animación, difusión a través de redes sociales, además de alianzas para dar a conocer el aspecto transmedia del proyecto en centros culturales, escuelas y universidades, como un caso para hablar de la salud emocional.

Este proyecto, al igual que todos, requiere de un equipo con las habilidades adecuadas según los requerimientos y al tratarse de una serie, necesitaríamos animadores digitales que sepan de storyboard, animación rought, clean up y color, además de editores de post producción y sonorización, aristas de concept art, fondos y de diseño de personajes, un programador que este a cargo de la realidad aumentada y la página web del proyecto, además de un equipo administrativo que incluya a un director, publicista, asesor legal y administrador económico. Si nos referimos a materiales tangibles para la producción, necesitaríamos de computadoras, tabletas wacom, espacios de trabajo adecuados con conexión a internet estable para asegurar un trabajo de calidad por parte del equipo de producción. En cuanto a recursos tecnológicos,

Se necesitarían software de animación digital como Toon Boom Harmony, programas de diseño e ilustración digital de Adobe como Photoshop e Ilustrator, herramientas de sonorización y edición de video como After Effects para la post producción, licencias para motores como Unity para la experiencia en realidad aumentada, servicios de hosting web y almacenamiento en la nube, para mantener un trabajo seguro y mantener la viabilidad del concepto transmedia. De esta forma, mediante una óptima coordinación del equipo humano, los recursos pueden gestionarse de tal forma que el proyecto terminado, refleje de la mejor forma el esfuerzo invertido del equipo como la inversión física.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El proyecto que plantea la serie Cattustrofico considera las inversiones para los recursos necesarios para el proyecto, el cual se desarrollaría en el periodo de una año. Estos recursos incluyen programas de Adobe de ilustración y post producción y/o programas de Toon boom para el storyboard y la animación, así como servicios de almacenamiento, hosting de un sitio web para el proyecto y servicios de realidad aumentada, que darían una suma cercana a 12000 soles. En cuanto a la producción, la principal partida presupuestal corresponde al equipo al equipo creativo los cuales consisten en animadores digitales con habilidades versátiles en: storyboard, animación rough, Cleanup, colores, además de personal que cumpla roles de guionista, character designer, background artist, concept artist, y editor para post producción, sumando 14200 por sus correspondientes sueldos de manera mensual. Gastos Indirectos que considerar serian: servicio técnico en caso de imprevistos, herramientas de IA como apoyo y una plataforma de comunicaciones profesional, lo cual sumaria 3540 soles de manera anual. Al presupuesto también se le

añaden gastos de gestión del proyecto, diseño gráfico, auditoría y trámites legales, marketing y publicidad, equivalentes 60000 soles. En conjunto, el presupuesto anual requerido para sostener una estructura sólida y detallada que cubra las etapas de producción, administración, publicidad y gastos indirectos, con los recursos necesarios, seria alrededor de 234000 soles.

Considerando esta cifra para el proyecto, las investigaciones sobre el financiamiento y la obtención de fondos revelan que, de enfocarnos en convocatorias de bajo impacto, donde los fondos a obtener sean de entre 20000 y 30000 soles, como el Web Series Festival o Ventana Sur, sería necesario ganar 9 de estas convocatorias. Si ampliamos las opciones de obtención de fondos a convocatorias internacionales de alto impacto, como de Annecy o New Media Film Festival, cuyos fondos para inversiones de proyectos se estiman cerca de 120000 soles, solo sería necesario ganar 2 o 3 convocatorias de esta clase. Tomando la rentabilidad del proyecto, sobre todo con su enfoque transmedia y el aspecto de la realidad aumentada, su valor comercial resultaría se alinea con la demanda actual de plataformas de streaming, como Netflix, por producciones animadas que innoven por este medio, con mensajes profundos e identidad propia. Una vez el proyecto cuente con financiamiento y se encuentre en producción, este generaría ingresos a través de acuerdos de distribución con servicios de streaming como Netflix, en el que la plataforma compre los derechos de distribución por una duración determinada, variando según el país y el alcance de audiencia, además que los montos de estos acuerdos podrían variar entre igualar o superar el presupuesto. Como ingresos secundarios, podríamos considerar las licencias de otros medios que aporten a la narrativa transmedia como juegos, comics, mayores experiencias de realidad aumentada, libros e incluso merchandising.

Figura 15

Tabla de los recursos a invertir

INVERSIONES

Materiales	Cantidad	Precio	Total sin IGV	Total con IGV
Toon Boom Harmony (licencia anual)	6	130	780	920
Adobe Creative Cloud (Photoshop, After Effects, Illustrator, Premiere, audition)	5	1.300	6.500	7.670
Servicios para realidad aumentada (Unity)	1	1.620	1.620	1.912
Hosting de un sito web	1	360		
Servicios de almacenamiento premium (Google drive)	10	126	1.260	1.487
TOTAL			**S/. 10.160**	**S/. 11.989**

Fuente: elaboración propia

Figura 16
Tabla de costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN													
Costo de equipo de producción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Guionista	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Background artist	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	
Concept artist	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Editor para post producción	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	
Animador digital 1	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Animador digital 2	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Animador digital 3	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Animador digital 4	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Animador digital 5	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Total de costo de Servicios Básicos	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	**14200**	170400

Fuente: elaboración propia

Figura 7
Tabla de gastos indirectos

Gastos indirectos													
Servicio tecnico	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Herramientas IA	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	
Comunicaciones	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	
Total de gastos indirectos	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	**295**	3540

Fuente: elaboración propia

Figura 18
Tabla de gastos administrativos

Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Gestión del proyecto e identidad grafica (coordinador o productor)	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	
Desarrollo de realidad aumentada	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	
Marketing y publicidad	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Servicios legales (registro de marca / derechos de autor)	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	
Contabilidad básica	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	
Total de Gastos Administrativos	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	**5000**	60000

Fuente: elaboración propia

Figura 19
Tabla de Opciones de ingresos para financiamiento

Tipos de ingresos esperados	**Opción 1**	**Opción 2**	**Opción 3**	**Opción 4**	**Opción 5**	**Opción 6**	**Opción 7**	**Opción 8**	**Opción 9**	**Opción 10**	**Opción 11**	**Opción 12**
	Ideatoon	Web Series Festival	Pixelatl	Ventana Sur	Netflix Fund for Creative Equity	Ibermedia	SeriesFest	DAFO Perú	Annecy	New Media Film Festival (Los Angeles)	Cartoon Springboard	IberCultura Viva
Fuentes de ingreso del proyecto	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Monto estimado por fuente	20.000,00	20.000,00	28.500,00	30.000,00	30.000,00	50.000,00	57.000,00	70.000,00	135.000,00	150.000,00	40.000,00	23.500,00
Ingresos estimados totales por mes	**20.000,00**	**20.000,00**	**28.500,00**	**30.000,00**	**30.000,00**	**50.000,00**	**57.000,00**	**70.000,00**	**135.000,00**	**150.000,00**	**40.000,00**	**23.500,00**

RESULTADOS												
	Mes 1	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Valor de Ventas sin IGV	20.000,00	20.000,00	28.500,00	30.000,00	30.000,00	50.000,00	57.000,00	70.000,00	135.000,00	150.000,00	40.000,00	23.500,00
Total de Costos	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00	14.495,00
Total de Gastos	5420	5420	5420	5420	5420	5420	5420	5420	5420	5420	5420	5420
Utilidad	**S/ 85,00**	**S/ 85,00**	**S/ 8.585,00**	**S/ 10.085,(**	**S/ 10.085,0**	**S/ 30.085,0(**	**S/ 37.085,0**	**S/ 50.085,0**	**S/ 115.085,(**	**S/ 130.085,00**	**S/ 20.085,(**	**S/ 3.585,00**
Margen	**0%**	**0%**	**30%**	**34%**	**34%**	**60%**	**65%**	**72%**	**85%**	**87%**	**50%**	**15%**

Fuente: elaboración propia

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Después de realizar esta investigación, es posible constatar que Cattustrófico responde de manera efectiva a la problemática identificada sobre el deterioro de la salud emocional en jóvenes estudiantes, asociada a la autoexigencia, el perfeccionismo y las altas expectativas en contextos de transición académica, cumpliendo con el objetivo general del proyecto. Los resultados obtenidos a través de las encuestas y pruebas del prototipo, así como del tráiler desarrollado, validaron tanto el impacto emocional como el interés del público objetivo por la propuesta transmedia y su disposición a involucrarse en una experiencia cercana a su realidad. Tal como se pudo comprobar, el proyecto no solo genera valor narrativo, sino también social al fomentar habilidades emocionales mediante una experiencia capaz de acompañar, entretener y orientar emocionalmente a su audiencia. Gracias a lo antes mencionado, es válido afirmar que Cattustrófico tiene bases sólidas para seguir su desarrollo a futuro, tanto en festivas y convocatorias de impulsos económicos futuros, con un gran potencial para escalar y posicionarse en el mercado, generando un impacto significativo.

4.2 Recomendaciones

Las recomendaciones brindadas, tanto por los encuestados y entrevistados, consisten incorporar las modificaciones sugeridas por los usuarios durante el testeo al prototipo transmedia, reforzando el aspecto de la participación del usuario. Así mismo, para conseguir el financiamiento necesario para el proyecto, se les postularía a convocatorias de impulsos económicos como lo serian DAFO, Ibermedia, entre otras. Adicionalmente, será necesario darles seguimiento a las interacciones del público, cuando la producción de la serie empiece, para asegurar una óptima versión final del prototipo. Finalmente, para asegurar su crecimiento a largo plazo, será necesario ampliar el universo de Cattustrófico mediante el uso estratégico de sus licencias en otros medios, como videojuegos, cómics y experiencias de realidad aumentada, ya que al tratarse de un proyecto transmedia, estas adaptaciones a nuevos formatos permitirían expandir la experiencia narrativa sin perder la coherencia del relato, manteniendo su enfoque en la salud emocional juvenil y el principio de involucrar activamente al usuario dentro del universo del proyecto.

V. Referencias Bibliográficas

Dibene, B (2018). *Transmedia en educación: Análisis de una experiencia en La Rioja y perspectivas para emprender*. [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional de La Plata. https://drive.google.com/file/d/1jXAxWxf_0hxSKhkEu1oe81W0VPIDXMjr/view?usp=sharing

Echevarría, S. (2017). *¿Cómo utilizar la narrativa transmedia en educación superior?* [Tesis de licenciatura] Universidad Tecnológica nacional de Uruguay https://drive.google.com/file/d/1A6kX9ZQAdeP680XKZuxpur4WrqUgtXRx/view?usp=sharing

Fernández, O., Gil, M., Castro, J., Morell, V., Ballester, R., & Estruch, V. (2023) *Academic perfectionism, psychological well-being, and suicidal ideation in college students.* International Journal of Environmental Research and Public Health, 20(1), 85. https://doi.org/10.3390/ijerph20010085

Hamamura & Laird (2014) *The effect of perfectionism and acculturative stress on levels of depression experienced by East Asian international students*. Journal of Multicultural Counseling and Development, 42(4), 205–217. https://doi.org/10.1002/j.2161-1912.2014.00055.x

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023) *Población peruana alcanzó los 33 millones 726 mil personas en el año 2023*. https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/795336-poblacion-peruana-alcanzo-los-33-millones-726-mil-personas-en-el-ano-2023

Queijo, V., Rodríguez Chatruc, M., & Sotto, B. (2023). *Juventud desigual: un reto para el desarrollo del Cono Sur*. Banco Interamericano de Desarrollo. https://publications.iadb.org/es/juventud-desigual-un-reto-para-el-desarrollo-del-cono-sur

Rivera, R. (2011). *El cine de animación en el Perú*. Universidad Alas Peruanas. https://drive.google.com/file/d/1TrhM2gI6F8HOhLvahX30MEsLQhWR-45N/view?usp=sharing

Ryan, ML (2016). *Narratología transmedia y narrativa transmedia.* Artnodes, 2016 (18). https://doi.org/10.7238/a.v0i18.3049

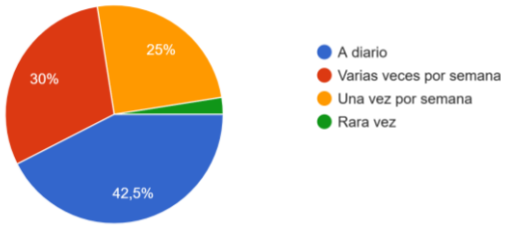
Suh, H., Hong, J., Rice, K. & Kelly, V. (2022). *International and domestic graduate student satisfaction with life: Application of the perfectionism diathesis-stress model.* International Journal for the Advancement of Counselling, 44(2), 214–230 https://doi.org/10.32674/jis.v12i1.2679

VI. Anexos

6.1 Anexo 1: Encuestas para conocer al publico

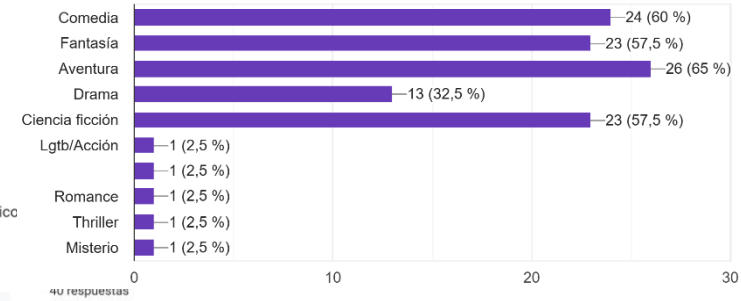
1. ¿Con qué frecuencia ves contenido animado (series, cortos, películas)?

40 respuestas



2. ¿Qué tipo de historias animadas disfrutas más?

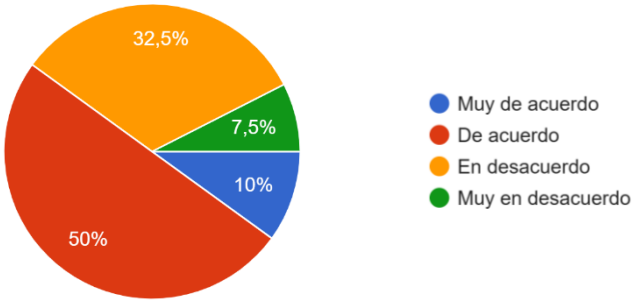
40 respuestas



3. ¿Qué crees que le falta a las producciones animadas actuales para conectar más con el público joven?

38 respuestas

- Considero que a muchas producciones por modernizar y tratar de buscar que su contenido se acto para casi todo público estás mismas buscan descartar temas de mucha relevancia.
- Mejores historias y personajes
- Un desarrollo de personajes bien construido
- Que el publico se identifique o conecte verdaderamente
- Historias más relevantes que conecten con ellos y sus preocupaciones
- Nuse, ya no soy joven
- dejar de ser panfletos y centrarse en una historia (como al fondo hay sitio, pero mejor)
- Mnnn creo que depende, algunas películas conectan muy bien por su factor "humano" que permite al espectador empatizar con el prota y su historia.



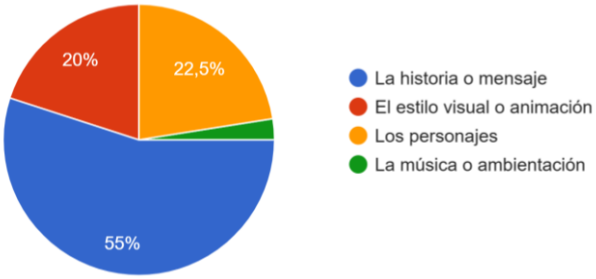
5. ¿Qué series o películas animadas consideras que tratan temas con los que te identificas?

40 respuestas

- Inazuma Eleven (el si tienes un problema no te quejas, buscas la manera de alcanzar tu objetivo prácticando y dándolo todo de tí).
- Kimetsu no yaiba
- Amphibia, My hero academia, Ninjago, Gravity Falls, Monkie Kid
- Ahora último con Dispatch
- Avatar, Ninjago, Tortugas ninja
- Cyber Punk, Demon Slayer, Attack on Titán
- Nuse

6. ¿Qué te atrae más de esas producciones?

40 respuestas



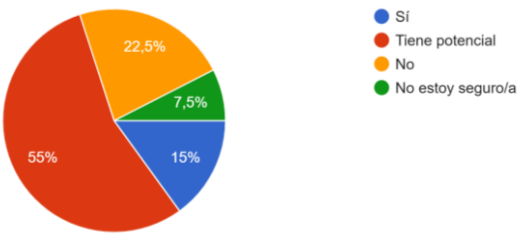
7. ¿Qué aspecto crees que esas producciones no logran abordar bien?

40 respuestas

- Los temas más maduros, ya que en muchos casos por ser políticamente correctos no suelen buscar añadir temas de suma importancia.
- Aveces utilizan elementos sacados de la nada
- La distribución del tiempo en pantalla de subtramas
- Desarrollo de personajes principales
- El humor opaca el mensaje
- La brecha idioma/traducción
- El como conectar con los inter ses del protagonista
- historia
- De lo que yo veo abordan bien todo a mi parecer hasta el marketing jaaja

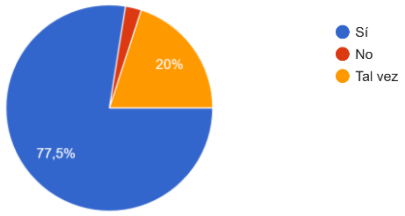
8. ¿Consideras que la animación peruana tiene el mismo nivel de calidad que la internacional?

40 respuestas



9. ¿Estarías dispuesto/a a ver y recomendar un proyecto animado peruano si aborda temas emocionales con humor y reflexión?

40 respuestas



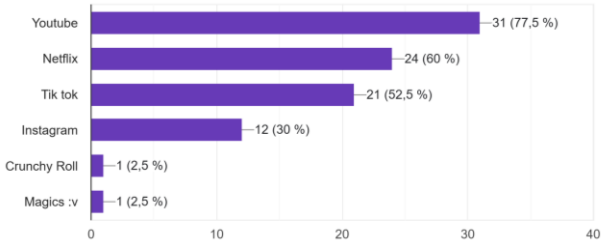
10. ¿Qué te haría confiar más en una producción animada nacional?

38 respuestas

- Ver la evolución de esta, del como inicio y se va desarrollando; también el como construye su narrativa en sus historias y lo tan conectados que estarían con el público.
- Una buena animación e historia envolvente
- La calidad de la historia
- La primera impresión que de
- La calidad de la imagen y de la historia, también que esté respaldada por entidades internacionales
- Que tenga una buena historia y producción
- estilo visual y que no hable sobre la cultura
- Que no van a abandonar el proyecto XD
- La animación y la historia con sus personajes

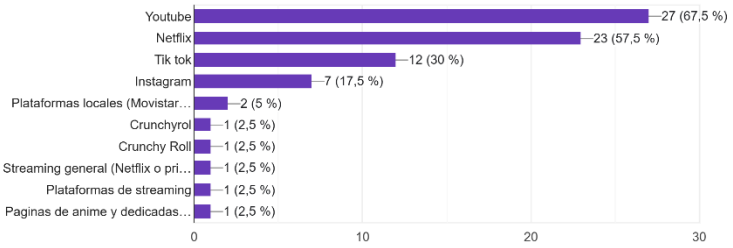
11. ¿En qué plataformas consumes más entretenimiento?

40 respuestas



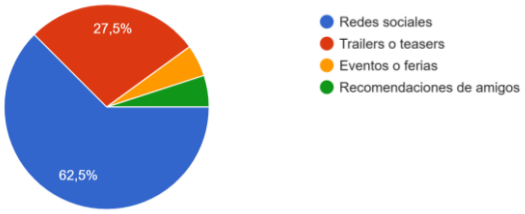
12. ¿En qué plataformas consumes más animación?

40 respuestas



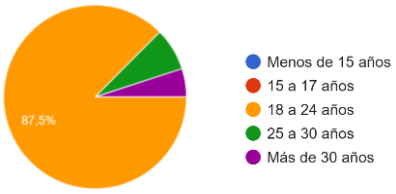
13. ¿Cómo preferirías conocer un nuevo proyecto animado peruano?

40 respuestas



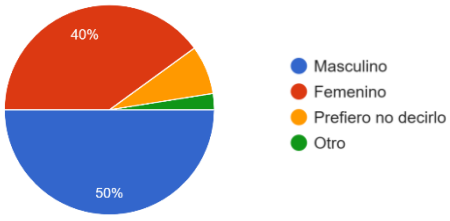
14. ¿Cuál es tu edad?

40 respuestas



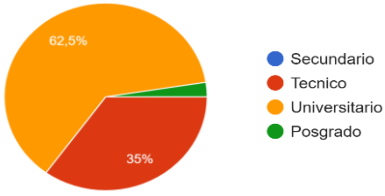
15. Genero

40 respuestas



16. Nivel educativo:

40 respuestas



17. Ocupación

40 respuestas



18. ¿Qué valoras más en una historia animada?

40 respuestas



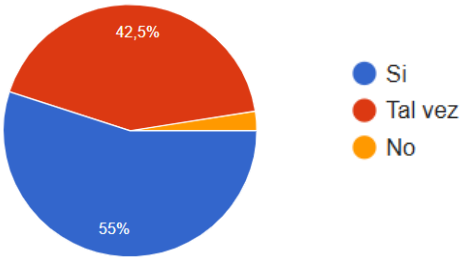
19. ¿Qué haces cuando un proyecto te gusta?

40 respuestas



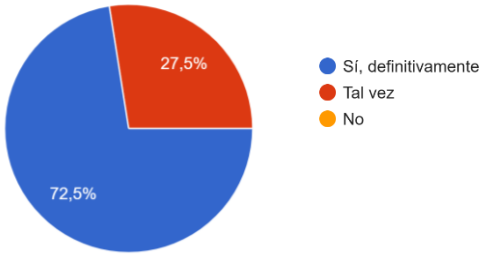
20. ¿Te gustaría participar de forma interactiva en un proyecto (por ejemplo, votando por decisiones o creando contenido relacionado)?

40 respuestas



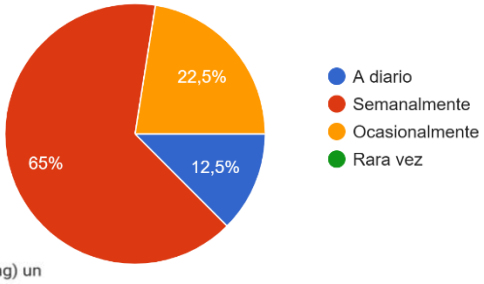
21. ¿Estarías interesado/a en ver un proyecto animado peruano que trate temas como la autoexigencia, la ansiedad y el crecimiento personal, combinando humor y fantasía?

40 respuestas



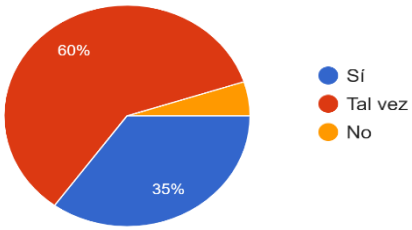
22. ¿Con qué frecuencia consumirías contenido de este tipo (capítulos cortos, clips, posts)?

40 respuestas



23. ¿Pagarías o apoyarías económicamente (por ejemplo, en plataformas o merchandising) un proyecto animado peruano si te identificas con su mensaje?

40 respuestas



24. ¿Qué dificultades podría encontrar un proyecto de este tipo?

37 respuestas

En como lograrían captar la atención del público, ya que varias productoras en un pasado lo intentaron y también aunque enyragon productos decentes muchos de ellos fueron algo decepcionantes. Pero considero de que si se esfuerzan estudian y analizan a antiguas productoras ven donde ellos francazaron, pueden crear un producto animado que le guste al público y devuelva el interés.
El marketing
Poca visibilidad
El alcance esperado
Que el publico no se de cuenta de su existencia
El apoyo financiero por parte de productoras
Que no me enganche
difusión y confianza (al menos dentro del país)

25. Considerando productos/proyectos similares ¿Qué crees que hacen bien?

37 respuestas

Apukunapa Kutimuyñin (El regreso de los Dioses), lo hace bastante bien ya que su narrativa no solo se cuenta en el país, si no que también muestra los dioses y culturas del Perú y de cierta manera capta el interés del público, por la animación y la propuesta des su historia.
La animación
Tiene mucha viibilidad en redes sociales, personajes bien construidos y con los que te puedes identificar, una historia llamativa
Van por buen camino
Historias interesantes
Dan un buen storytelling
Entretenimiento
contar historias y no propaganda turística

26. ¿Qué crees que les falta a las series animadas actuales para conectar mejor con su publico o reflejar sus experiencias y emociones?

34 respuestas

.
Escuchar al público, si bien no lograrán dejar satisfechos a todo el mundo por qué el público siempre tendrá ideas divididas; al menos este no tendrán tantos problemas con las productoras ya que sentirán que sus ideas son escuchada y tomadas en cuenta
Mejores personajes e historia
Tiempo y decidir mejor las tramas a priorizar
Concentrarse en contar una buena historia en lugar del que dirán si toman x riesgo
Participación del publico
Faltan producciones locales con temáticas e historias locales
Encontrar temas nuevos y atrayentes

27. Cuestiones como la autoexigencia, las altas expectativas o la ansiedad en tiempos importante como en época de trabajos importantes o de elegir una carrera ¿Las consideras que son relevante o que has pasado por esto?

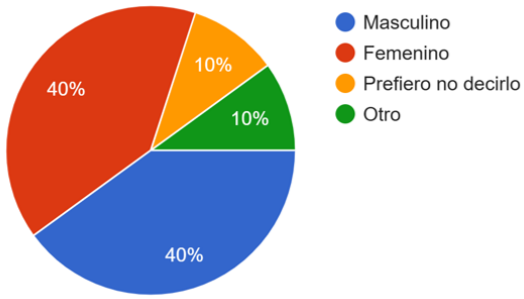
40 respuestas

Si
Si son relevantes, se de eso y creo que a traves de un proyecto asi podemos enpezar a manejarlo mejor
si he pasado por eso
Si, considero que son importantes
Si son relevantes
Si creo que son relevantes, "de elegir una carrera" por ejemplo es un tema que no se toca mucho.
Si, es importante
podrian ser muy importantes
Si, es importante abordarlo. Especial si se va dirigido a un publico joven

6.2 Anexo 2: Encuestas de prototipo de baja fidelidad

1. Genero

10 respuestas



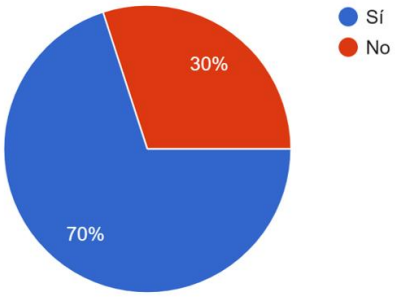
2. ¿Que edad tienes?

10 respuestas



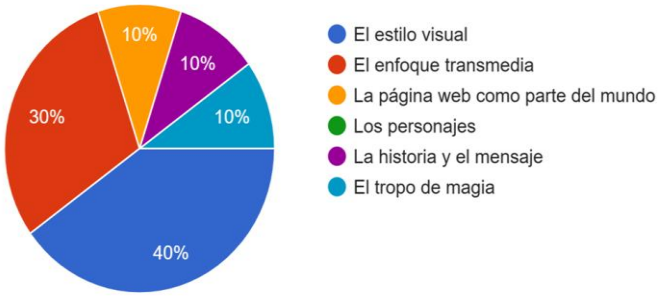
3. Antes de esta encuesta ¿Conocías el termino transmedia?

10 respuestas



4. ¿Que es lo que mas te llama la atención de la pagina web y/o el proyecto Cattustrofico?

10 respuestas



5. ¿Como calificarías la calidad visual de lo que debería ser un prototipo de baja fidelidad?

10 respuestas



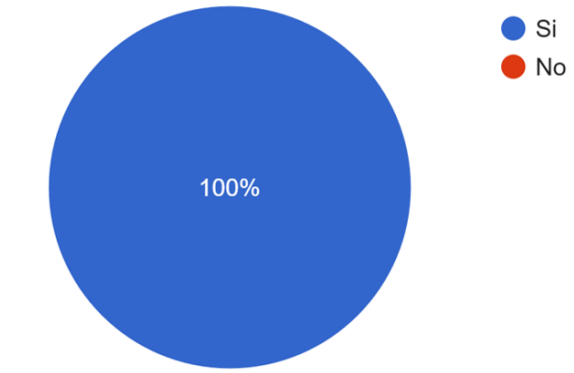
6. ¿Que opinas del concepto de una pagina web para conectar con el proyecto transmedia "Cattustrofico" dando a conocer el tráiler para sentirse parte del proyecto?

10 respuestas

Me ayuda a conectar con el feeling del proyecto
ta bueno
Es bastante interesante, no sabía que este tipo de estrategia tenía un nombre. Hace que llame la atención de primeras hacia el proyecto
Es una idea interesante, pero se necesita primero una base de fans antes de lanzar el tráiler.
Con la pg web complementas los detalles que tiene tu historia, la persona que entra ahí debe ver un poco más del mundo y descubrir esos detalles que no aparecen en serie o vd
Me parece innovador, ya que no es algo que muchos proyectos hagan
Muy directo y está bien
Bien
es muy util
Opino que puede ser útil para que el usuario se sienta más atraído al proyecto

7. ¿Crees que el concepto del tráiler de realidad aumentada en la pagina web transmedia es innovador?

10 respuestas



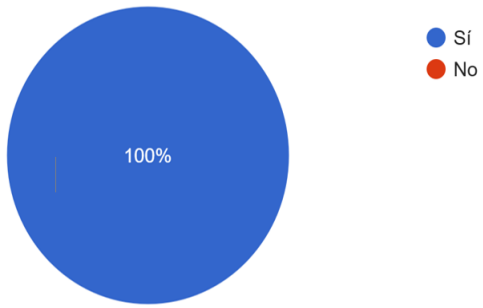
8. ¿Cual fue el "Por que" de tu respuesta anterior?

10 respuestas

- No hay muchos de ese tipo
- Esta interesante la realidad aumentada
- Por que es algo interactivo, no se suele ver ese tipo de cosas
- No he visto tráileres de realidad aumentada antes y me parece un concepto interesante
- Porque usualmente no se ve a menudo algo así
- Porque no es algo que muchos hagan
- Porque lo e visto pocas veces
- Parece bueno
- porque la historia se expande y hay nuevas formas de llegar al publico objetivo
- Es innovador porque se logra usar la realidad aumentada cosa que no es común en trailers de series o

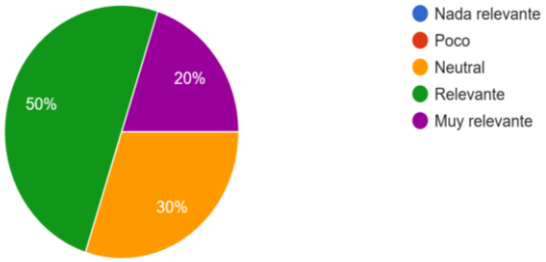
9. ¿Sientes que la página te daria una idea mas clara del mundo o historia detrás de Cattustrofico al tratar de mostrar el tráiler en realidad aumentada?

10 respuestas



10. ¿Qué tan relevante crees que podría ser un contenido, como lo es un tráiler del proyecto, presentado en la página?

10 respuestas



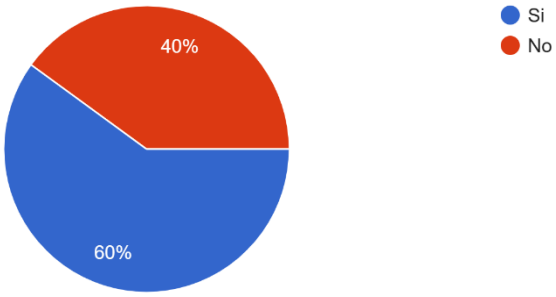
11. ¿Hubo algo que no entendiste o crees que le faltó explicación?

10 respuestas

- Todo bien
- Creo que todo claro
- no
- Tuve todo claro por el momento
- En general no entiendo mucho del concepto de usar una página web como realidad aumentada, sería bueno poner ejemplos.
- Se entiende
- Entendí bien
- todo claro
- Todo claro

12. ¿Crees el concepto de esta pagina web necesita algún cambio antes de pasar a un prototipo de alta fidelidad?

10 respuestas



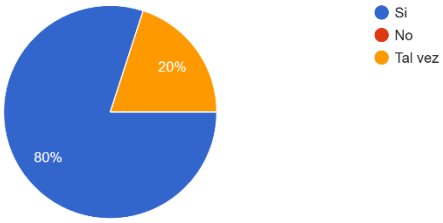
13. ¿Cual fue el "Por que" de tu respuesta anterior?

10 respuestas

- Si es baja fidelidad esta bien xd
- Tal vez un ajuste en el color
- Sería bueno explicar con ejemplos de lo que se quiere lograr con la creación de esta página
- Diseño, estética, no se entiende el estilo de la obra, la fuente de letra, paleta de color, los personajes de ven en pequeño
- Porque creo que esta listo para pasar a un prototipo de alta fidelidad
- Respondí si jajajaa
- No le veo fallas
- aunue todo esta bueno, siempre hay algo que mejorar
- Quizás diseñar mejor la página web en secciones para más apartados del proyecto

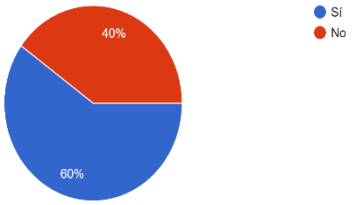
14. ¿Recomendarías esta página o proyecto a otras personas?

10 respuestas



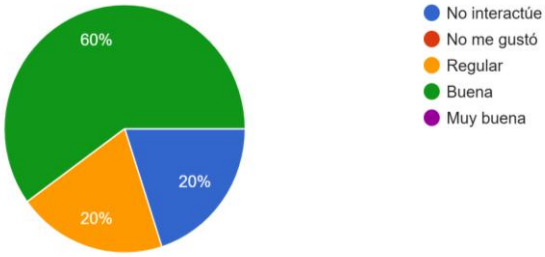
15. ¿Tuviste la oportunidad de interactuar con el QR para visualizar el tráiler a través de realidad aumentada?

10 respuestas



16. ¿Como calificarías tu experiencia con lo que seria el prototipo del tráiler de realidad aumentada? Si es que interactuaste con el, sino ¿Que expectativas tendrías?

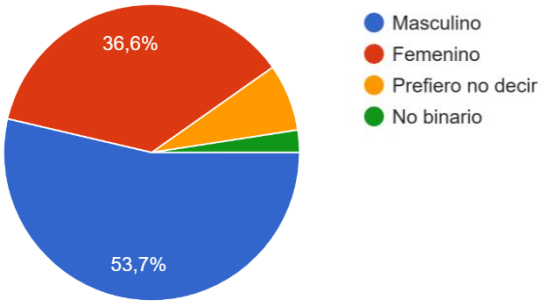
10 respuestas



6.3 Anexo 3: Encuestas de prototipo de alta fidelidad

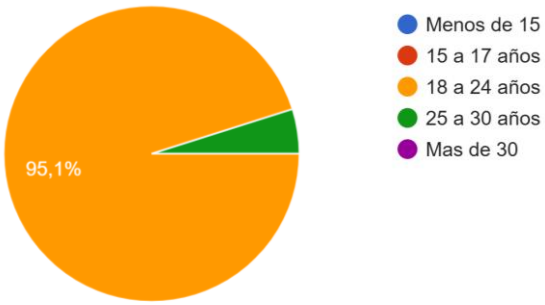
1. Genero

41 respuestas



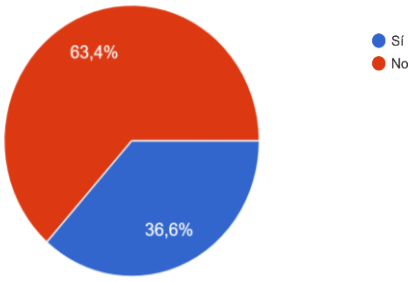
2. ¿Que edad tienes?

41 respuestas



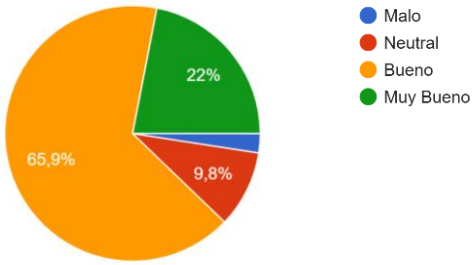
3. ¿Has participado en encuestas anteriores del proyecto Cattustrófico?

41 respuestas



4. ¿Cómo calificarías el diseño visual del prototipo de alta fidelidad?

41 respuestas



5. ¿Qué elemento visual o estético te llamó más la atención?

41 respuestas

Las imágenes de los personajes y el color principal del rojo como elemento principal.

El tráiler

El diseño de personajes

Lo bien diseñada que esta la pagina y el como puedes ver trailer

Funciona un poco mal el tracking.

La paleta de colores

El empleo de la realidad aumentada

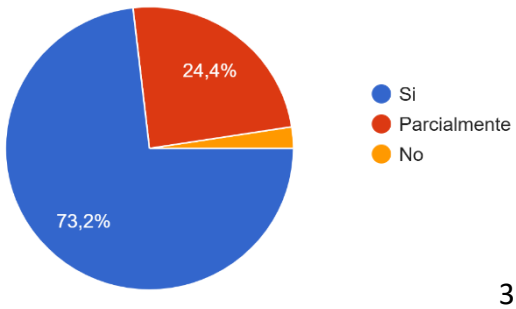
la composición

Los efectos visuales y textura de la magia.

Los diseños

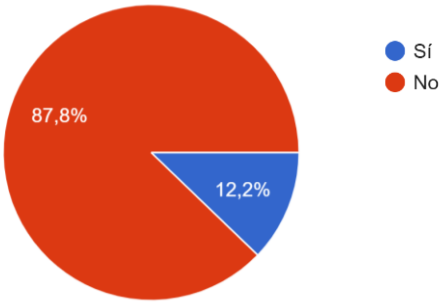
6. ¿La navegación dentro de la página fue clara y sencilla?

41 respuestas



7. ¿Tuviste alguna dificultad al interactuar con el prototipo (botones, enlaces, QR, desplazamiento, etc.)?

41 respuestas



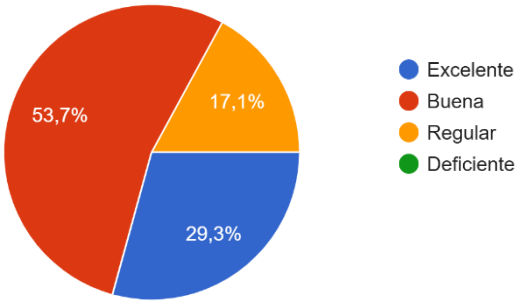
Si tuviste una dificultad y respondiste "si" ¿Cual fue el problema?

12 respuestas

- No
- la navegacion es sencilla e intuitiva
- Con el link para salir hacia el visor de realidad no me deja entrar
- No entendí muy bien la interfaz de la página
- No pude ver la parte de realidad aumentada
- No entendía bien hacia donde debía dirigirme y no me cargaba la segunda página.
- -
- No
- No sabía que ciertos textos eran botones
- non

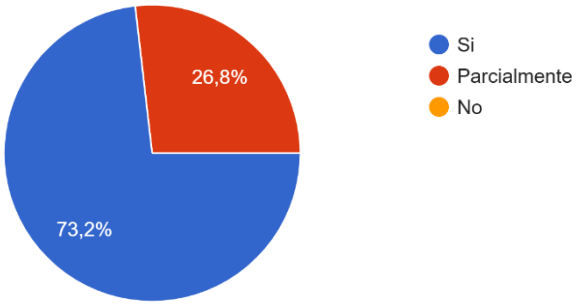
8. ¿Cómo calificarías tu experiencia general de uso?

41 respuestas



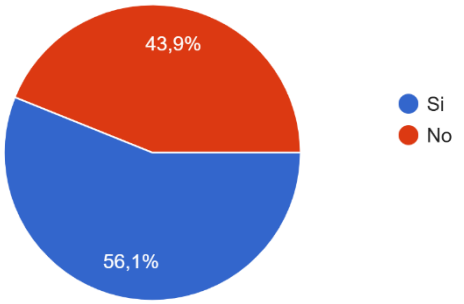
9. ¿La página web te ayudó a entender mejor el universo o historia detrás del proyecto Cattustrófico?

41 respuestas



10. ¿Tuviste la oportunidad de interactuar con la parte de la realidad aumentada?

41 respuestas



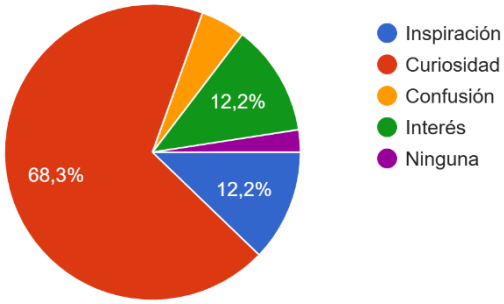
11. ¿Qué te transmitió la pagina web del proyecto y el tráiler de realidad aumentada?

41 respuestas

- un proyecto interesante y una innovadora forma de verlo
- Me recordó a un juego de pc donde haces pasteles
- Mágico. Como si estuviera interactuando con otro mundo
- Es intuitiva y va ligada con la estética del proyecto
- Intriga
- Al principio no me gustó mucho que tuviera mucho texto y menso visual.
- Seguridad
- Me gustó, va de acorde a su temática
- La sensación de formar parte del mundo donde se ambienta la serie

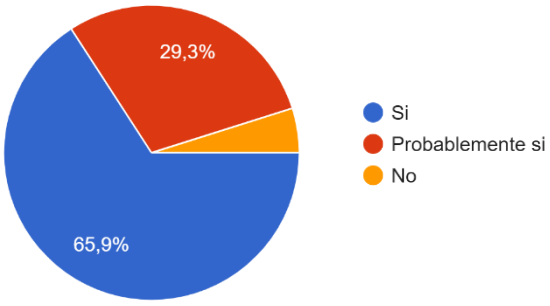
12. ¿Qué emoción o sensación te generó interactuar con el prototipo?

41 respuestas



13. ¿Crees que a través de una propuesta transmedia interactiva, el usuario puede sentirse parte del proyecto?

41 respuestas



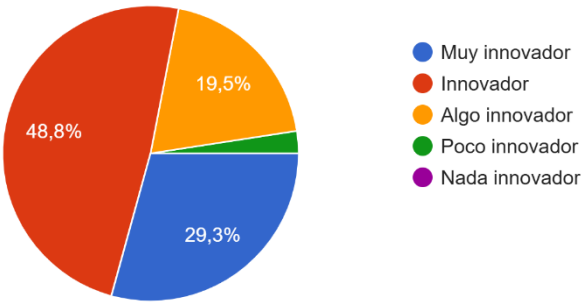
14. ¿Qué sección o recurso te pareció más útil o interesante?

41 respuestas

- en la seccion de conocimiento de mundo
- El de realidad aumentada pero no me deja usar pepe
- La principal
- El trailer
- RA
- El RA fue muy llamativo, nunca lo había usado fuera de Pokemon Go
- La sección del mundo
- La opción de acceder a una experiencia inmersiva
- Ver los vídeos reproducirse a través de mi camara

15. ¿Qué tan innovador consideras el uso de realidad aumentada dentro de la experiencia transmedia?

41 respuestas



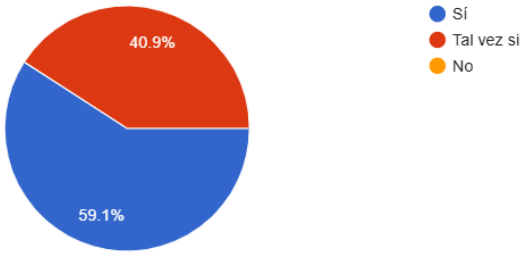
16. ¿Cual fue el porque de tu respuesta anterior?

40 respuestas

- porque e visto muy pocas paginas web en realidad aumentada
- Porque no habia visto eso en otras paginas
- Ya se ha usado mucho y no es práctico ni comodo
- Suena piola y ambisioso pero otras IP lo intentaron y no fueron muy recordadas sus realidades aumentadas
- No muy innovador xq creo que la herramienta se puede explotar mas
- por usar realidad aumentada
- Porque normalmente no lo veo empleado en mi día a día además de un juego de celular
- Porque considero que es una buena forma de hacer que el público se interese mucho más por el proyecto
- Por qué siento que agrega más valor al producto, y crea una experiencia que lo acerca al consumidor

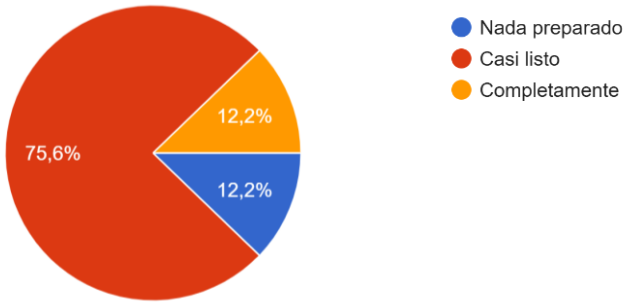
17. ¿Recomendarías esta experiencia digital a otras personas?

44 respuestas



18. ¿Qué tan preparado consideras este prototipo para presentarse como producto final?

41 respuestas



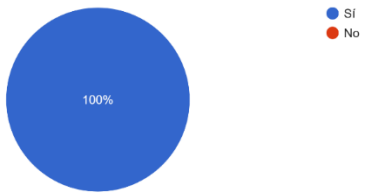
19. ¿Qué mejorarías en la página o en la experiencia interactiva?

41 respuestas

- Mejoraría el interfaz de la pagina web
- me gusto todo
- Todo esta bien planeado
- No sabría decirlo.
- Mejoraría la digramacion
- Un poco menos de texto en la web, y tratar de optimizar un poco el AR.
- Todo ya esta bien
- Nada
- Mejoraria el funcionamiento de la experiencia interactiva
- Cambiar la fuente de letra en la pagina, el diseño esta bien pero la fuente le baja puntos

20. Si el prototipo llamó tu atención ¿estarías dispuesto a apoyarlo y mantenerte al tanto de este y sus novedades?

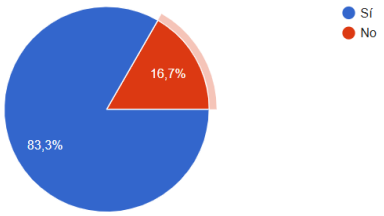
41 respuestas



6.4 Anexo 4: Encuestas de antecedentes de mensajes de series

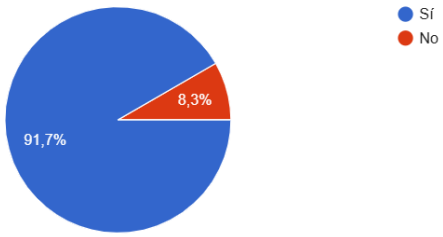
¿Crees que la comedia o la sátira, si es excesiva, puede quitar el foco al mensaje principal de una serie?

12 respuestas



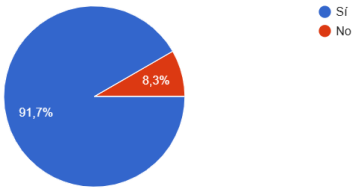
¿Has visto la serie de Avatar: la leyenda de Aang?

12 respuestas



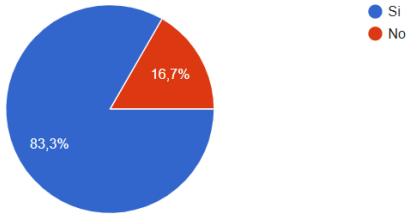
Si viste la serie ¿Consideras que te has llevado alguna enseñanza o lección para la vida?

12 respuestas



¿Consideras que la serie logra transmitir mensajes de crecimiento personal (como el equilibrio interior, la responsabilidad y el aprendizaje a partir de los errores) a través de sus aventuras fantásticas en su narrativa?

12 respuestas



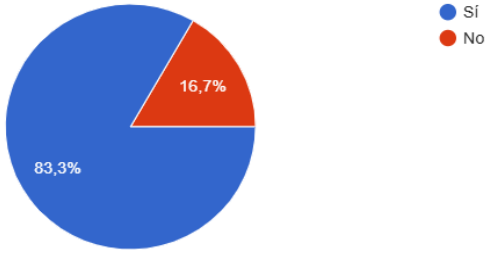
¿Hay algo en particular que te llame la atención de esta serie o que quieras comentar? o ¿Qué lección te llevaste de esta serie?

12 respuestas

Me llamo mucho la atencion como la serie habia del equilibrio, no solo entre los elementos, sino dentro de uno mismo. La mayor lección que me dejó fue que la verdadera fuerza no siempre está en pelear, sino en mantener tus valores incluso cuando es difícil
La evolución de los personajes y el como afrontan las situaciones que se les presentan
En lo personal la redención del hermano de fuego fue mi parte favorita ya que había más que ver ese personaje, era más que un guerrero y es algo que también nos muestras durante la serie.
El carisma y transfondo de los personajes, con sus algas y bajas, me permitieron verme reflejado
No la vi
El mundo y las culturas inspiradas en elementos reales, que hacen que la historia se sienta muy rica y bien construida.
No me gustó el final, se me hizo una solución cobarde y conveniente.
Pues la serie me enseño lecciones útiles para el día a día, como a no perder la esperanza, siempre hay

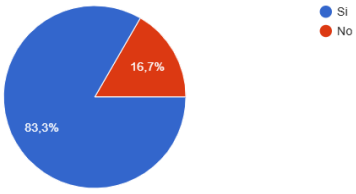
¿Has visto la serie de Arcane: League of legends?

12 respuestas



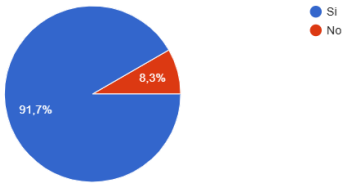
¿Crees que en esta serie, uno pueda identificarse con los personajes en su búsqueda de identidad, en un mundo en el que parece que lo tienen todo en contra y llevarse lecciones de vida para aplicarlas en la realidad?

12 respuestas



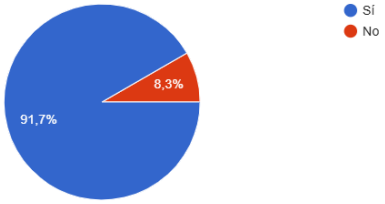
¿Consideras que la serie logra dar a conocer problemas sociales que se pueden vivir en la realidad como las desigualdades sociales, la falta de oportunidades o las consecuencias de tener a alguien en el poder que no debería estar ahi?

12 respuestas



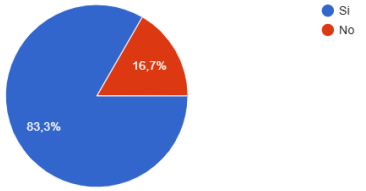
¿Crees que la serie muestra eficazmente las consecuencias de actuar sin pensar o actuar solo por el bienestar personal?

12 respuestas



Dirías que el tono introspectivo con metáforas sobre la vida de "Over the garden wall" fue lo que llamo tu atención para ver esta serie?

12 respuestas



¿Hay algo mas que te llame la atención de esta serie o que quieras comentar? o ¿Qué lecciones te llevaste de la serie?

12 respuestas

- El como hacen que sigas el viaje de los personajes y su evolución
- El como esta refleja la sociedad en la que vivimos y muestra una cara de esta que no solemos ver.
- En si al personaje personal, siento que fue bien estudiado a pesar de actuar por su propio bien los demás hacían lo mismo.
- Vi la importancia de ser empatico y considerar mas que solo que se ve a simple vista
- Que la familia puede hacer todo por ti
- Que el entorno y las experiencias personales influyen mucho en quiénes nos convertimos.
- "Es más fácil querer huir del infierno que decidir renunciar al paraíso".
- Aprendi a elegir la mejor opción posible, que mis acciones, aun sin intención, pueden tener consecuencias grandes y pequeñas, buenas o malas dependiendo de como decida actuar

6.5 Anexo 5: Entrevistas con profesionales



Entrevista a Profesor Jorge Jesús: https://drive.google.com/file/d/16JM1lYnm3XzB2_S7s6r0yCHekqNEHOEI/view?usp=drive_link



Entrevista a Profesor Brandom Morales: https://youtu.be/WDuHSjKneLY?si=gWN7p66VVmhaTFAa



Entrevista a Profesor Rafael: https://drive.google.com/file/d/13IDnfGbtAqDtaKHSIOUbp5sfU-9RhHV0/view?usp=drive_link