ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Ghaiad: Propuesta de un universo transmedia para la construcción de identidad en adolescentes peruanos

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

PRESENTADA POR

Xiomara Nicole Villafuerte De La Cruz
DNI: 70896177, Perú

ASESOR

Jasmine Erika Mora Sifuentes
DNI: 42796130, Perú
ORCID: 0009-0007-4244-4610

JURADO

Jasmine Erika Mora Sifuentes
Brandon Morales Palacios
Yohanna Anyelhy Villanueva Veramendi

Lima, septiembre 2026

Informe-0000012113-VILLAFUERTE.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614365524

Fecha de entrega
14 ago 2026, 12:35 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 12:37 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000012113-VILLAFUERTE.pdf

Tamaño del archivo
19.8 MB

79 páginas

12.688 palabras

67.915 caracteres

16% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8%	Fuentes de Internet
2%	Publicaciones
15%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

A mis amigos, quienes confiaron en mí desde el inicio y me motivaron a seguir la carrera que deseaba estudiar desde que era muy pequeña. Además de acompañarme en momentos complicados y brindarme su apoyo y ánimo cuando más lo necesité. Y a mi pareja, quien fue mi mayor soporte emocional durante estos últimos años. Su compañía y constante apoyo hicieron más llevaderos los momentos de mayor exigencia y me dieron los ánimos para seguir y no rendirme.

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento, en primer lugar, a André, mi compañero de vida, por apoyarme incondicionalmente durante todo este camino y estar siempre para mi.

A mi asesora Jasmine, por su orientación durante este último ciclo, así como por su valiosa guía en la elaboración de este documento.

A mis hermanas, por comprenderme, aceptarme y brindarme siempre su cariño.

A mi gatito Levi, por acompañarme desde el inicio de mi carrera hasta su culminación, haciéndome compañía en las largas jornadas de estudio y trabajo.

A mis amigos Ricardo, Jorge, Fabián, Sebastián y Adriana, por su amistad y los momentos de alegría que hicieron este camino mucho más llevadero.

Finalmente, agradezco a Melanie Martinez, cuyo arte me inspiró y despertó en mí el deseo de seguir una carrera creativa.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimiento **5**

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación **3**

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 6

2.4 Marco referencial 7

2.5 Proceso creativo y experimentos 8

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 8

2.5.2 Información sobre el Mercado 11

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 13

2.5.4 Diseño de producto/servicio 17

2.5.5 Modelo de Negocio 18

2.5.6 Resultados esperados 22

2.5.7 Prototipos desarrollados 23

2.5.8 Experimentos 31

III. Estimación de costos **36**

3.1 Presupuesto 36

IV. Conclusiones y recomendaciones 43

4.1 Conclusiones 43

4.2 Recomendaciones 44

V. Referencias Bibliográficas 45

VI. Anexos 50

6.1 Anexo 1 - Entrevistas 50

6.2 Anexo 2 - Encuestas 50

6.3 Anexo 3 - Encuestas realizadas por el equipo de Ghaiad. 69

6.4 Anexo 4 - Playtesting 69

6.5 Anexo 5 - Trailer de GHAIAD 69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Checklist de prototipado 12

Tabla 2 Desglose de costos del proyecto (sintetizado) 35

Tabla 3 Presupuesto Ghaiad, La serie animada 36

Tabla 4 Presupuesto Ghaiad, El cómic 39

Tabla 5 Presupuesto Ghaiad, El videojuego 41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas 4

Figura 2 Mapa de actores 5

Figura 3 Arquetipo de usuario 8

Figura 4 Mapa de empatía 10

Figura 5 Brainstorming y Matriz de Filtración 13

Figura 6 Ruta para conceptualizar 14

Figura 7 Propuesta de valor 16

Figura 8 Business model canvas 21

Figura 9 Primeros bocetos del mundo de Ghaiad 22

Figura 10 Primeros bocetos de los personajes principales 23

Figura 11 Primeros bocetos de los personajes secundarios 23

Figura 12 Storyboard del Trailer animado 24

Figura 13 Storyboard del cómic 25

Figura 14 Primeros bocetos de los assets del videojuego 26

Figura 15 Concept art de los personajes principales de la serie animada 27

Figura 16 Concept art de los personajes principales de cada medio 27

Figura 17 Concept art de las aldeas elementales 28

Figura 18 Animatic del trailer de la serie animada 29

Figura 19 Portadas de la serie, el cómic y el videojuego 29

Figura 20 Assets finales del videojuego 29

Figura 21 Evidencia de la entrevista 1 31

Figura 22 Evidencia de la entrevista 5 32

Figura 23 Evidencia de la encuesta respecto a la premisa 33

Figura 24 Evidencia de la encuesta respecto a lo que más llamó la atención del usuario 33

Figura 25 Evidencia de la encuesta respecto a feedback externo 34

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Ghaiad: Propuesta de un universo transmedia para la construcción de identidad en adolescentes peruanos"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Ghaiad: Propuesta de un universo transmedia para la construcción de identidad en adolescentes peruanos 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 la dificultad que enfrentan muchos adolescentes peruanos para construir una identidad personal sólida, debido a la influencia de las redes sociales, la poca representación de sus experiencias en los contenidos que consumen y la falta de propuestas narrativas que promuevan su desarrollo emocional teniendo como población beneficiaria adolescentes peruanos de 12 a 17 años que consumen contenido digital y buscan historias que hablen acerca de lo que viven durante esta etapa.

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 ofrecer un universo transmedia conformado por una serie animada, un videojuego y un cómic interconectados, donde cada medio amplía el universo narrativo y aborda temas como la identidad, el sentido de pertenencia, la amistad y el crecimiento personal, se trata de un proyecto transmedia digital cuya historia principal se desarrolla en una serie animada que sigue a dos amigos que, tras llegar por accidente al mundo de Ghaiad, deben recorrer las aldeas elementales de aire, tierra, agua y fuego para reunir las cuatro piedras elementales y encontrar el camino de regreso a casa. La experiencia se complementa con

un cómic que expande el universo mediante historias paralelas y nuevos personajes, y con un videojuego de aventura y combate que permite a los usuarios explorar nuevas zonas del mundo de Ghaiad e interactuar con la historia desde otra perspectiva. A través de estos tres formatos, el proyecto busca contribuir al desarrollo emocional y al fortalecimiento de la identidad de los adolescentes, promoviendo al mismo tiempo el crecimiento de la industria creativa y la animación peruana.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja fidelidad, entre ellos bocetos del universo y personajes, concept art, storyboard del tráiler y del cómic, y primeros diseños de assets para el videojuego. Además, se realizaron entrevistas a cinco participantes y encuestas aplicadas a veinte potenciales usuarios, con el fin de evaluar la premisa, el atractivo visual, la narrativa y el interés por la propuesta. También se tuvo en cuenta las características de los personajes y sus conflictos relacionados a la construcción de la identidad durante la adolescencia. Finalmente, el feedback obtenido durante estos experimentos permitió identificar aspectos de mejora y fue utilizado para la creación y desarrollo de los prototipos de alta fidelidad.

Se concluye que la solución propuesta responde a una necesidad identificada en adolescentes peruanos al ofrecer una experiencia narrativa capaz de generar identificación emocional y fortalecer la construcción de la identidad mediante el entretenimiento y se recomienda continuar con el desarrollo progresivo de los productos transmedia, priorizando la producción del episodio piloto de la serie animada, ampliar el proceso de validación con una muestra más diversa de adolescentes y fortalecer la estrategia de difusión para consolidar el universo de Ghaiad y su comunidad.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Hoy en día, la adolescencia en el Perú es considerada como un periodo importante en la creación de la identidad personal, pues representa un proceso que incluye el “que somos” dentro de la sociedad y la cultura en la que se vive (Moscoso, 2025). Durante un análisis que contó con la participación total de 19 658 adolescentes con una edad media de 16 años, se encontró que la exploración y el compromiso con la identidad son procesos necesarios para el desarrollo correcto de esta etapa, la cual a su vez, se encuentra relacionada con diversos factores del entorno de uno mismo (Avci et al., 2024). Muchas investigaciones señalan que la identidad se forma entre conversaciones diarias, relaciones

interpersonales y presiones externas como las redes sociales (Mercado & Hernández, 2010). Entonces, se puede decir que, parte del entorno digital también influencia en la vida de los adolescentes, ya que estos muy aparte de consumir el contenido, también crean “representaciones” de sí mismos a través de lo que ven por redes sociales (Fajardo et al., 2024).

Estos "espacios digitales" influyen directamente en esta etapa en dónde aún se están desarrollando (Flores, 2016). En Perú, la constante exposición y comparativas en redes puede causar conflictos internos durante este proceso (Bedoya, 2021). Según el INEI, durante el primer trimestre de 2024, el 84,9 % de los adolescentes de 12 a 17 años utilizó Internet, mientras que el 86,4 % de la población de 6 a 17 años accedió a este mediante un teléfono celular. Es ahí donde nace una oportunidad para crear propuestas positivas que enfrenten lo que sucede, como por ejemplo, medios transmedia que logren conectar con los adolescentes, a partir de esta necesidad se crea "Ghaiad".

Ghaiad es un proyecto transmedia (realizado a través de una serie animada, un videojuego y un cómic) que busca acompañar a los adolescentes durante su etapa de cambios emocionales. Se ha demostrado que en latinoamérica, la animación puede influir positivamente en el desarrollo de la identidad (Arjona et al., 2019). Asimismo, investigaciones indican que los recursos como los videojuegos, pueden emplearse como herramientas para favorecer procesos relacionados con el desarrollo emocional y psicológico durante la adolescencia, siendo incluso considerados por especialistas como recursos con potencial para acompañar estos procesos (Gómez-León, 2025). Es por ello que Ghaiad, con historias de fantasía y superación, junto a personajes con conflictos emocionales, quiere empatizar con lo que siente el adolescente para poder conectar con él a traves de estos medios.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

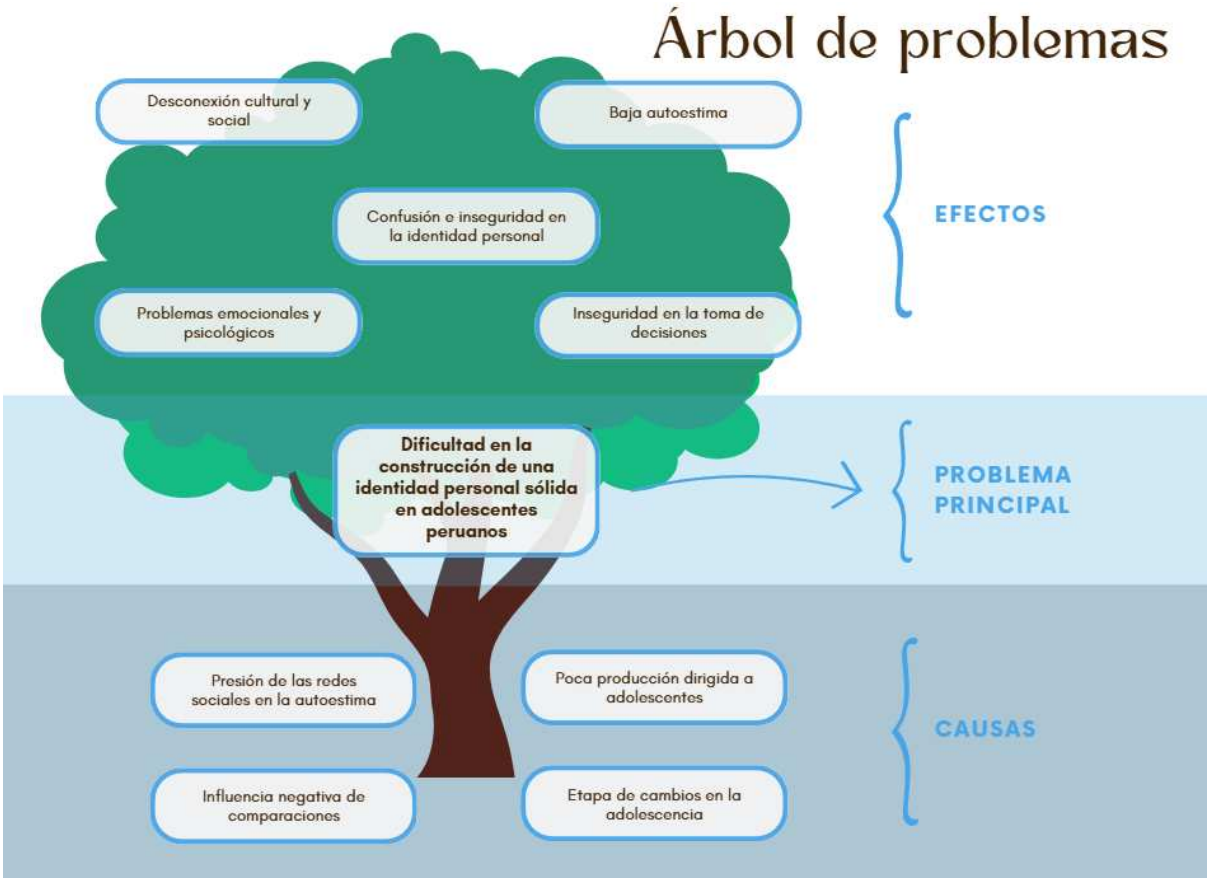
Actualmente, los adolescentes peruanos viven una etapa caracterizada por diversos cambios físicos, emocionales y sociales, en la cual la construcción de su identidad adquiere especial importancia (Pease et al., 2025). Sin embargo, estos contenidos en redes no siempre reflejan su realidad ni tampoco brindan un desarrollo emocional saludable (Hinojosa & Yañe, 2024). Sumado a ello, se ha denotado que existen pocos espacios

seguros y representativos que promuevan la exploración de la identidad en esta etapa (Chavez, 2025). Así, la problemática abordada en este trabajo se centra en las dificultades que enfrentan muchos adolescentes peruanos para construir y reconocer su propia identidad, debido a la exposición constante a tendencias y estereotipos que no siempre reflejan su realidad cultural y social.

Como consecuencia, esto puede provocar problemas en su salud mental y en el desarrollo de su salud emocional, por ejemplo, en una investigación realizada con estudiantes de secundaria, el 25,4 % presentó niveles de autoestima fuera del rango considerado normal o bueno, mientras que también se identificaron indicadores relacionados con depresión, incertidumbre sobre el futuro, problemas familiares, ansiedad y dificultades interpersonales (Mercader, 2020). Además, al sentirse desconectados de su entorno, también pueden perder el sentido de pertenencia (Requena et al., 2026). Por ello, para combatir con el problema, el proyecto Ghaiad busca aliarse con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3: Salud y bienestar con el objetivo de promover el desarrollo emocional y el autoconocimiento, alineándose a la meta 3.4 (Echeverria, 2024). Ghaiad también se relaciona con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 10: Reducción de las desigualdades, pues en los medios transmedia también se promueve inclusión, diversidad cultural o la representación de múltiples formas de identidad, lo que cumple con la meta establecida en el punto 10.2 (Cárdenas et al., 2024). Finalmente, Ghaiad también se vincula con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 17: Alianzas para lograr los objetivos, específicamente con la meta 17.17, debido a que el proyecto contempla la colaboración entre diferentes actores, como instituciones educativas, profesionales especializados y organizaciones culturales, con el propósito de ampliar su alcance y fortalecer el impacto de sus contenidos dirigidos a adolescentes.

Figura 1

Árbol de problemas



2.2 Población beneficiaria

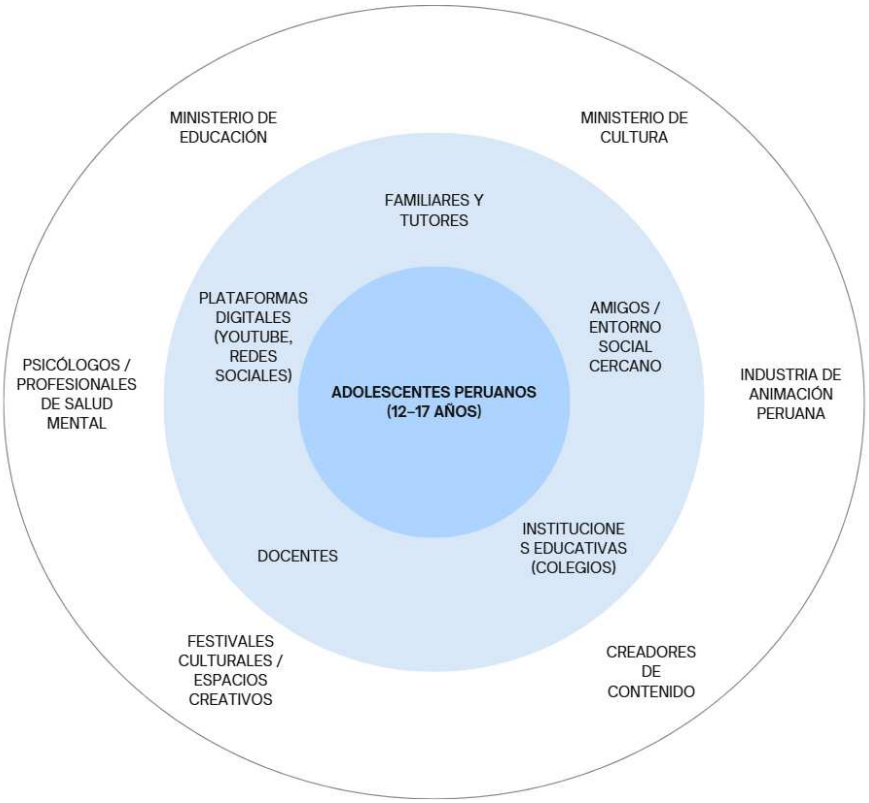
La población principal de este proyecto está compuesta por adolescentes peruanos de 12 a 17 años de edad, quienes son los que se encuentran en esta etapa de cambios constantes (Moscoso, 2025). Además, ellos también pasan mucho tiempo viendo contenido en redes sociales, por lo que pueden ser influenciados con mayor facilidad (Baltazar & Quintana, 2026). Debido a esto, muchos adolescentes tienen dificultades para construir su identidad sólida, ya que existe esta falta de contenido que les enseñe sobre el desarrollo emocional de manera saludable (Cedeño et al., 2025). Por eso, Ghaiad busca ofrecer una historia diferente para que los adolescentes se sientan identificados de alguna manera con los personajes y aprendan sobre el crecimiento personal mientras disfrutan de la historia.

Dentro del mapa de actores del proyecto, en el círculo central se ubican los adolescentes como público objetivo principal. A su alrededor, se encuentran actores directos como la familia, los amigos, las instituciones educativas y las plataformas digitales, las cuales son las que tienen mayor influencia en los procesos de cambios

emocionales que atraviesan los adolescentes. Por otro lado, en los actores indirectos se encuentran entidades como los profesionales de la salud mental, el Ministerio de Educación, el Ministerio de Cultura y la industria de la animación/creativas, quienes influyen en la creación de contenidos que consumen los jovenes, el acceso a recursos culturales y la promoción de espacios seguros.

Figura 2

Mapa de actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

El objetivo general del proyecto es desarrollar una propuesta transmedia basada en el universo narrativo de Ghaiad, dirigida a adolescentes peruanos de 12 a 17 años, mediante la integración de una serie animada, un videojuego y un cómic, con el propósito de contribuir al fortalecimiento de su identidad personal, cultural y emocional, evaluando su aceptación y percepción mediante instrumentos de validación aplicados al público objetivo durante el periodo de ejecución del proyecto.

Como objetivos específicos:

- Posicionar a GHAIAD como una propuesta representativa de la animación peruana mediante el desarrollo y presentación de un universo narrativo transmedia que evidencie el potencial de los creadores independientes para producir contenidos con posibilidades de proyección nacional e internacional, evaluando su percepción mediante la validación del proyecto con el público objetivo y profesionales vinculados a la industria creativa durante el periodo de desarrollo.
- Crear una identidad visual llamativa, coherente y reconocible mediante la definición de personajes, escenarios, paleta cromática, elementos gráficos y recursos visuales consistentes en la serie animada, el videojuego y el cómic, verificando su comprensión y atractivo mediante instrumentos de validación dirigidos a adolescentes de 12 a 17 años antes de la presentación final del proyecto.
- Desarrollar un worldbuilding sólido que integre de manera coherente la historia de las aldeas, las piedras elementales, los personajes y demás componentes del mundo ficticio, permitiendo su expansión en la serie animada, el videojuego y el cómic antes de la culminación del proyecto.

Con todo ello, se espera que Ghaiad se convierta en una propuesta transmedia innovadora.

2.4 Marco referencial

En las últimas décadas, las producciones audiovisuales han dejado de ser mero entretenimiento y han evolucionado a historias que pueden transmitir emociones (Flores et al., 2025). Diversos estudios señalan que las producciones animadas, gracias a que son capaces de representar conflictos complejos mediante un lenguaje visual, pueden ayudar a los adolescentes a comprender mejor distintos temas (Guichot & Merino, 2016). En este contexto, las narrativas transmedia también han tomado fuerza al poder expandir la historia por diferentes medios, donde cada uno aporta al universo general (Montoya, 2018). Este enfoque resulta llamativo para los adolescentes, quienes suelen usar bastante las redes

sociales y suelen valorar las experiencias inmersivas y conectadas entre sí (Berlanga & Fernandez, 2020).

En cuanto a antecedentes internacionales, existen diferentes producciones que ya han demostrado el potencial de la animación a la hora de tratar temas profundos (Zuñiga & Gatica, 2022). Steven Universe, por ejemplo, trata asuntos como el miedo interior, vínculos complicados o sanar heridas del pasado, de una manera visualmente llamativa y con una narrativa impecable que logra concluir estos temas anteriormente mencionados con un mensaje adecuado (Ramirez, 2020). Asimismo, Avatar: La leyenda de Aang, también se muestra como un referente importante en la construcción de mundos narrativos complejos que sí lograron integrar esta diversidad cultural, valores y desarrollo personal sin sentirse forzado (Vence & Gretchen, 2020). En el lado transmedia, casos como Arcane -vinculada al universo de League of Legends-, nos muestra que una historia sí puede expandirse más allá de un solo formato, aún conservando una narrativa coherente y sin sentirse forzado (Albarrán, 2019).

Aunque en el Perú la animación sigue creciendo lentamente, existen unos cuantos avances y ejemplos que muestran su potencial como forma de representación (Lopez, 2021). Gracias a trabajos como Ainbo: Espíritu del Amazonas podemos confirmar que mezclar referencias nacionales con historias visuales puede funcionar ante audiencias internacionales (Espichan, 2023). Además, algunos proyectos han empezado a relacionar la animación con la cultura y la identidad, sin embargo, todavía no existen muchos contenidos creados especial y específicamente para ayudar a los adolescentes (Zumaeta et al., 2022). Es ahí donde nace esta oportunidad para la creación de Ghaiad: un proyecto transmedia que cuenta historias sobre la identidad, el sentido de pertenencia y las experiencias de los jóvenes, todo dentro de un mundo de fantasía.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Para lograr comprender mejor al público al que se dirige Ghaiad, se realizó una investigación enfocada principalmente en adolescentes peruanos, utilizando encuestas y entrevistas como herramientas para el análisis. Con esta investigación se quiere conocer sobre lo que les gusta, les preocupa, cómo usan internet, qué tipo de contenido prefieren, etc. La investigación contó con la participación total de 20 personas mediante encuestas

online realizadas por Google Forms, además de 5 entrevistas dirigidas a usuarios con características cercanas al público objetivo del proyecto. Al final, fue posible identificar patrones en sus preferencias, conductas frecuentes y demandas específicas.

Uno de los hallazgos más comunes fue el consumo frecuente de contenidos digitales entre los jóvenes, sobre todo mediante plataformas como YouTube, TikTok o Instagram. Gran parte mostraron interés por las series animadas, los videojuegos y los mundos ficticios complejos. A su vez esto se complementa con que muchos participantes mencionaron que se sienten atraídos por historias centradas en sentimientos auténticos, dilemas internos y trayectorias de transformación individual. Sin embargo, muchos también comentaron que sienten que las producciones actuales no siempre representan de manera correcta lo que viven los adolescentes en esta etapa de sus vidas.

Figura 3

Arquetipo de usuario



Teniendo en cuenta toda la información recopilada durante las encuestas y entrevistas realizadas, se elaboró un mapa de empatía con el fin de poder comprender de manera más profunda los pensamientos, emociones y necesidades de los adolescentes a los que se dirige Ghaiad. Gracias a los resultados, se pudo identificar cómo ellos perciben su entorno, qué influencias reciben constantemente y cuáles son las preocupaciones emocionales que suceden en su vida cotidiana. Además, ayudó a reconocer la importancia que los adolescentes le dan a las historias con personajes complejos, desarrollo emocional y conexión personal. Debido a esto, fue posible entender mejor cómo Ghaiad puede generar identificación, representación y una conexión emocional más cercana con su audiencia.

A partir de las respuestas obtenidas, se identificó que muchos adolescentes buscan sentirse comprendidos e identificados con las historias que consumen, mostrando especialmente que conectan más con personajes que pasan por conflictos emocionales, tienen un buen desarrollo y forman parte de mundos ficticios que transmiten emociones reales. Asimismo, se observó que gran parte del público experimenta inseguridades en relación a la presión social, la búsqueda de la identidad, la necesidad de pertenencia y el miedo a no sentirse comprendidos dentro de su entorno. Del mismo modo, la investigación nuevamente reafirma que los adolescentes consumen constantemente contenido digital a través de redes sociales, plataformas de streaming y videojuegos. Finalmente, se concluye que en general, prefieren historias con un desarrollo emocional, protagonistas memorables/recordables y universos narrativos bien construidos.

Figura 4

Mapa de empatía



2.5.2 Información sobre el Mercado

Al observar los resultados de la investigación realizada con los usuarios, se puede ver que el entretenimiento digital y audiovisual es una de las formas de entretenimiento más consumidas por los jóvenes. Sumado a ello, se ha ido mostrado en los últimos años un mayor interés por propuestas con historias originales, personajes memorables y en general mundos capaces de crear una conexión con la audiencia (Guerrero & Diego, 2026). Sin embargo, muchas producciones siguen usando ideas muy parecidas o no profundizan en temas con los que a los adolescentes les interesen o les puedan ayudar (Lluch, 2003). Debido a ello, nace la oportunidad de desarrollar propuestas creativas que respondan a estos intereses y necesidades.

Es ahí que surge Ghaiad como una propuesta narrativa transmedia enfocada en adolescentes que consumen contenido audiovisual y narrativo y que se interesen en universos de fantasía e historias profundas. La historia se desarrolla en un mundo dividido en aldeas con diferentes elementos y sigue a personajes que enfrentan distintos problemas y emociones. Además, al ser un proyecto transmedia, la historia no se cuenta solo en una

serie, sino también en un cómic y un videojuego. Cada uno de estos medios (serie, cómic y videojuego) complementa la experiencia general del proyecto.

En cuanto a la competencia, los principales referentes de Ghaiad provienen de producciones internacionales como Avatar: The Last Airbender, Steven Universe y The Owl House, las cuales han logrado construir comunidades sólidas gracias a sus universos narrativos, desarrollo de personajes y la manera en la que abordan temas emocionales y de identidad dentro de historias de ficción. En lo que más se inspira Ghaiad de estas producciones es el cómo entrelazan entretenimiento con temas serios o complejos como la inclusión o el desarrollo individual, logrando captar la atención juvenil. Sin embargo, aunque estas propuestas se pueden considerar similares dentro del mercado internacional, ninguna desarrolla exactamente la misma propuesta narrativa y visual que plantea Ghaiad. Ghaiad busca diferenciarse con la creación de un universo propio dividido en aldeas elementales, con una historia centrada en la exclusión, la identidad y la superación personal, además de tener el enfoque transmedia que permite expandir el universo a formatos de cómics, animación y videojuegos.

Por otro lado, en el Perú todavía hay pocas producciones animadas y transmedia hechas especialmente para adolescentes que también tengan un mundo original y bien desarrollado. Existen proyectos nacionales, como el videojuego Tunche, que demuestran que sí hay interés por crear historias inspiradas en la cultura peruana. Sin embargo, muchas de estas propuestas se enfocan más en su aspecto visual o cultural y no tanto en desarrollar a fondo a los personajes, el universo/historia o los problemas que pueden haber. Por eso, aún no existe una competencia directa en el mercado peruano, lo que le da a Ghaiad la oportunidad de destacar.

Tampoco se puede dejar de lado que desarrollar un proyecto transmedia como Ghaiad presenta varios desafíos. Uno de los principales es la poca inversión y el poco apoyo que reciben los proyectos de animación en el Perú, sobre todo los independientes. Por otro lado, construir historias como las que proponemos exige equipos diversos, herramientas especializadas y largos periodos de trabajo, los cuales son elementos difíciles de sostener. Considerar también la presencia de producciones internacionales ya consolidadas dentro del mercado juvenil, como las que mencione anteriormente, las cuales cuentan con mayores presupuestos, publicidad y comunidades establecidas.

Todo esto puede dificultar que nuestra propuestas no consiga obtener la visibilidad que se quiere lograr. Sin embargo, para afrontar estas limitaciones, Ghaiad puede recurrir a estrategias de difusión digital, la construcción de comunidades en línea y el aprovechamiento de su formato transmedia para ampliar el alcance de la propuesta. Asimismo, tener en cuenta que la creación de un universo original y el tratar temas relacionados con la identidad y el sentido de pertenencia son elementos diferenciadores. En este sentido, Ghaiad tiene el potencial de posicionarse como una propuesta innovadora.

Tabla 1

Checklist de prototipado

● **Hacer tangible la propuesta**	
✓	Le da forma al concepto
✓	Permite contar la idea por sí solo
✓	Permite experimentar (según nivel)
● **Evaluar y validar**	
✓	Evidencia que responde a necesidades reales
✓	Hace posible validar con terceros (según nivel)
✓	Permite indicar qué funciona y qué no
● **Comunica efectivamente**	
✓	Explica de forma sencilla el valor de la propuesta
✓	Muestra resultados comprensibles
✓	Se puede compartir con equipo y actores clave

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

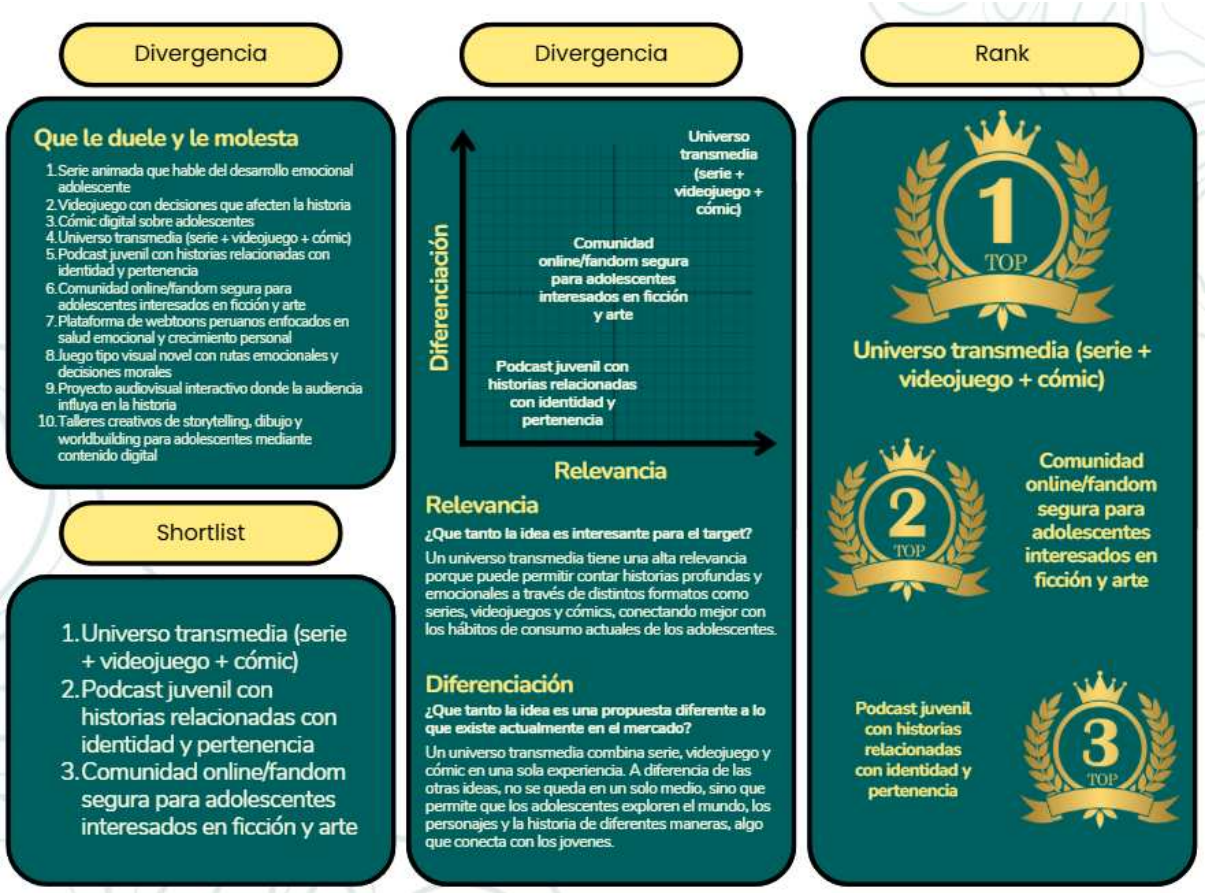
Para crear una propuesta que respondiera de mejor manera a la problemática, se hizo un proceso de brainstorming/lluvia de ideas en el que se vieron distintos conceptos ligados al entretenimiento, vínculos emocionales y hábitos digitales de adolescentes. Las

ideas se centraron en contenidos audiovisuales, comunidades en línea y experiencias narrativas. Después de generar varias propuestas, usamos una matriz de selección para compararlas de una forma más clara. Para ello, tomamos en cuenta principalmente qué tan relevante y qué tan diferente era cada una.

La relevancia ayudó a evaluar que tan bien se relacionaba cada propuesta con los intereses, emociones y hábitos de consumo de los adolescentes, mientras que la diferenciación ayudó a identificar qué ideas ofrecían algo más original. A partir de este análisis, las tres ideas con mejor potencial fueron un universo transmedia, un podcast juvenil relacionado con identidad y pertenencia y una comunidad online (fandom) segura para adolescentes. Entre todas ellas, la propuesta del universo transmedia fue la "ganadora" debido a que integraba mejor todo lo que se buscaba. Al final, se concluyó que esta solución era la más adecuada porque es la que mejor responde al interés de los adolescentes.

Figura 5

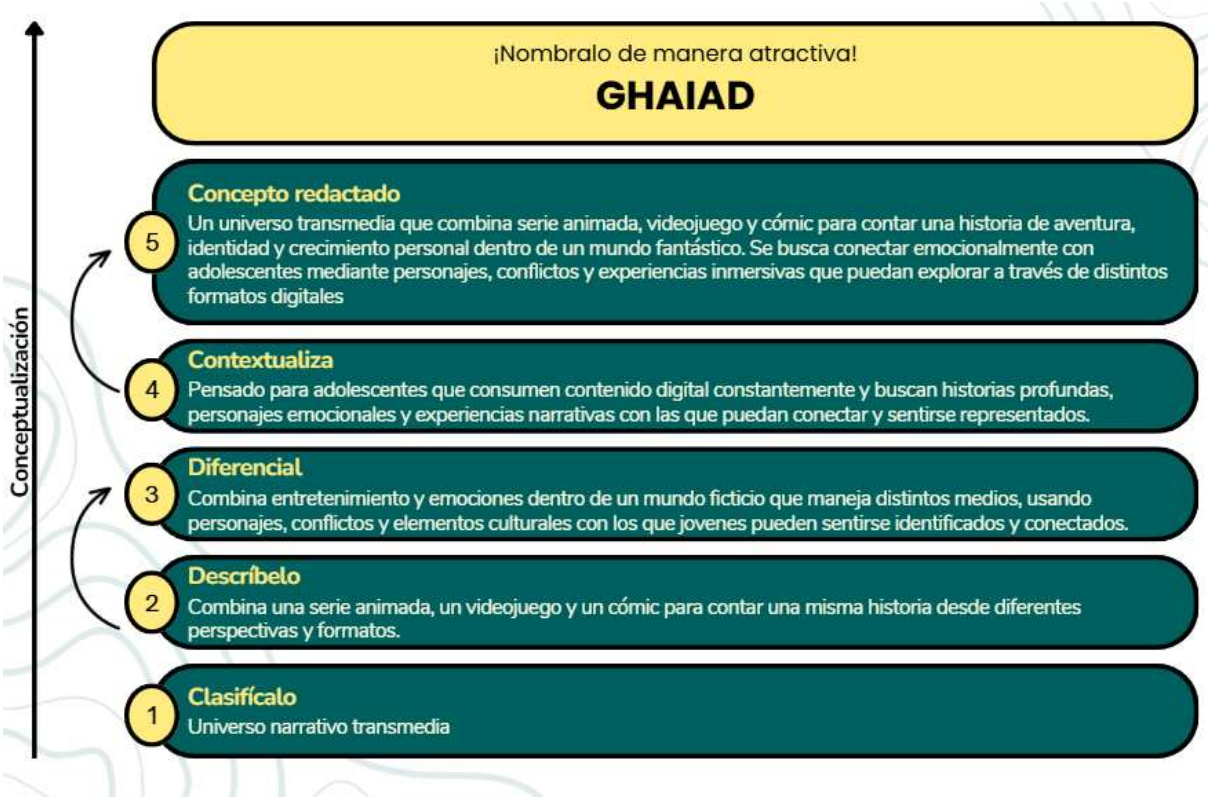
Brainstorming y Matriz de Filtración



Después de seleccionar el universo transmedia como la propuesta con mayor potencial, se desarrolló una ruta de conceptualización para definir de manera más clara la dirección que tendrá Ghaiad. En primer lugar, se clasificó y describió a Ghaiad como un universo transmedia porque reúne una serie animada, un videojuego y un cómic que forman parte de una misma historia. Seguido, se definió el diferencial del proyecto, el cual busca generar una conexión emocional que acompañen al adolescente mediante personajes, conflictos y elementos culturales. Finalmente, la propuesta fue contextualizada tomando en cuenta los hábitos de consumo actuales del público joven (especialmente el interés por historias profundas, personajes bien escritos y experiencias digitales inmersivas).

Figura 6

Ruta para conceptualizar

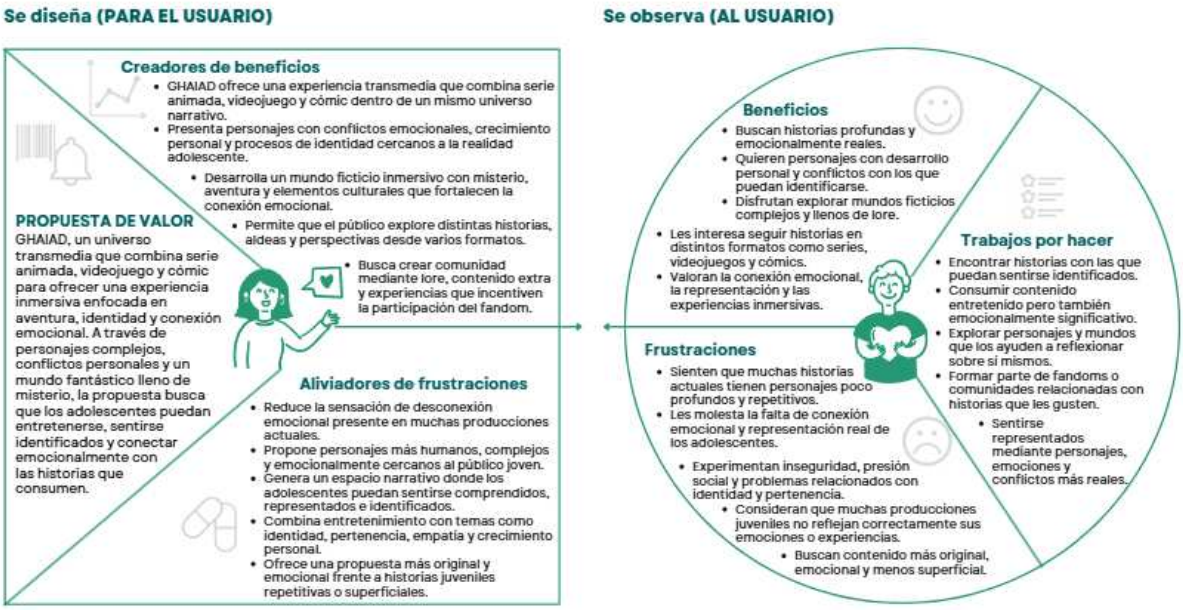


Después de definir la dirección de Ghaiad, nos enfocamos en entender qué valor podía ofrecer realmente a su público. Uno de sus principales beneficios es que permite conocer la historia a través de diferentes formatos, como la serie, el videojuego y el cómic, haciendo que la experiencia sea más completa y entretenida. Además, busca crear una comunidad por medio de contenido adicional y publicaciones que inviten a las personas a participar e interactuar. También quiere responder a las necesidades del público presentando personajes más humanos, mientras ofrece una historia original.

A partir de estos elementos, se define que: **la propuesta de valor de Ghaiad consiste en ofrecer un universo transmedia que combine una narrativa profunda, personajes complejos y un mundo de fantasía inmersivo, con el propósito de brindar una experiencia innovadora y emocionalmente significativa para los adolescentes.** El proyecto quiere llamar la atención de los jóvenes y que estos encuentren personajes que reflejen conflictos y emociones parecidos a lo que viven día a día. Además, trata temas como la identidad, la amistad y el sentido de pertenencia a través de una historia que se expande en distintos formatos. De esta manera, Ghaiad busca diferenciarse de otras propuestas al ofrecer una experiencia que va más allá del entretenimiento y que conecta con su público.

Figura 7

Propuesta de valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

Ghaiad es una historia transmedia formada por una serie animada, un videojuego y un cómic que están conectados entre sí. Cada uno cuenta una parte diferente de la historia y presenta nuevos personajes, problemas y lugares del mismo mundo. Así, el público puede conocer la historia desde distintos medios y seguir descubriendo más contenido. De esta manera, la experiencia se vuelve más entretenida e inmersiva para los adolescentes.

La serie animada es la parte principal de la historia, ya que presenta a los personajes, las aldeas elementales y los problemas que enfrentan. La trama sigue a dos amigos que, después de llegar por accidente al mundo de Ghaiad, deberán recorrer distintas aldeas (aire, tierra, agua y fuego) para conseguir las cuatro piedras elementales que les permitirán regresar a casa. En el camino conocerán nuevos personajes, descubrirán los secretos de ese mundo y aprenderán lecciones sobre ellos mismos, mientras enfrentan retos relacionados con la libertad, la justicia y la paz interior. Esta historia sirve como base para que el público conozca el universo y comprenda cómo se conecta con los demás formatos.

Visualmente, la propuesta utiliza un estilo inspirado en series animadas actuales con personajes expresivos y escenarios fantásticos (Siendo el mayor referente, la serie

“Steven Universe”). Cada episodio busca que el público se sienta parte de la aventura y conecte con los personajes a través de sus emociones y experiencias. Además, el ritmo que lleva la trama permite descubrir poco a poco sus reglas, culturas y lugares de forma natural. Finalmente, al ser eje principal, la serie permite desarrollar y enfocarse en un buen worldbuilding.

Por otro lado, el cómic permite expandir el universo mediante historias paralelas, exploración de nuevos personajes (que no se relacionan explícitamente con los de la serie animada, pero siguen perteneciendo al mismo universo) y eventos que complementan a la narrativa general. Este formato estaría pensado principalmente para plataformas digitales (en especial las redes sociales). Es por ello que se prevé que el cómic ayude a mantener activa la interacción entre el público y el proyecto mientras se va construyendo todo. Así, el universo narrativo puede seguir creciendo con otros personajes distintos a los de la serie animada.

En cuanto al videojuego, este ofrecerá una experiencia de aventura y combate donde los jugadores podrán controlar otros nuevos personajes, cada uno con habilidades diferentes. A lo largo del juego podrán explorar nuevos escenarios, enfrentarse a enemigos y mejorar las habilidades de sus personajes según su forma de jugar. Mientras avanzan y suben de nivel, también descubrirán nuevas partes de la historia. Esto permitirá que los adolescentes puedan observar y de alguna manera “vivir” e interactuar directamente con el mundo de Ghaiad.

Finalmente, toda la propuesta transmedia se complementará con plataformas digitales y redes sociales, donde se compartirá contenido extra sobre los personajes, la historia y el arte conceptual. Estos espacios ayudarán a que los adolescentes interactúen más con el proyecto y formen una comunidad alrededor de Ghaiad. Además, se publicarán dinámicas, contenido exclusivo y material adicional para mantener el interés del público y seguir ampliando el universo de la historia. De esta manera, se busca ofrecer una experiencia más cercana, entretenida y participativa para los usuarios.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Ghaiad se desarrolló usando la herramienta Business Model Canvas, ya que permitió organizar y definir los aspectos más importantes para que el proyecto sea viable y pueda mantenerse con el tiempo. Gracias a este modelo fue posible

identificar a quién va dirigido el proyecto,cuál es el valor que se quiere presentar y qué hay que hacer para llegar a ese público. Por otra parte, permitió entender cómo interactúan la historia del proyecto, sus usuarios y las oportunidades de crecimiento del mismo. Con el modelo completo, se establecieron las bases para que la propuesta sea organizada y responda a las necesidades del público.

En cuanto al segmento de clientes, se identificó que el público principal se encuentra compuesto por adolescentes peruanos de entre 12 y 17 años que disfrutan de ver series animadas, jugar videojuegos y leer cómics. Sumado a ello, son aficionados de historias de fantasía, aventura y de personajes que tienen un buen desarrollo. También se tiene en cuenta que este grupo está atravesando una etapa en la que están descubriendo quiénes son y construyendo su identidad. Finalmente como un bonus, existe un segundo público compuesto por padres de familia, docentes y otros profesionales interesados por el bienestar del grupo de adolescentes (aunque ellos no son el público principal, cumplen un papel importante al apoyar la difusión y el reconocimiento del proyecto).

Para ambos públicos, Ghaiad propone un tipo de experiencia transmedia inmersiva formada por un producto serie animada, un cómic y un videojuego que comparten un mismo universo narrativo y que abordan temáticas relacionadas a la identidad, sentido de pertenencia y crecimiento personal. A través de la historia de sus personajes emocionalmente complejos y su mundo de fantasía, el proyecto busca generar una conexión significativa con el público y ofrecerles historias con las que puedan identificarse. Al mismo tiempo, la propuesta también ofrece un producto de entretenimiento que facilita también la empatía, el autoconocimiento y la reflexión. Por lo tanto, Ghaiad ofrece un valor social y educativo a través de una historia de fantasía por encima de ser sólo mero entretenimiento, lo que marca una diferencia con otros proyectos.

Después de definir la propuesta de valor, fue necesario elegir los canales de comunicación que Ghaiad utilizará para llegar a su público, el cual está formado por adolescentes que pasan mucho tiempo consumiendo contenido digital. Por eso, el proyecto utilizará redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube, una comunidad en Discord y plataformas donde se puedan publicar el cómic y el videojuego (como por ejemplo webtoon e itch.io). También participará en eventos de anime, ferias de cómics y convenciones para dar a conocer el proyecto y acercarse más a la comunidad. En el caso

de los padres, se usarán las redes con mayor presencia de adultos, como Facebook, Instagram y también la participación en eventos educativos y culturales.

En cuanto a la relación con los usuarios, Ghaiad busca mantener el contacto con ellos incluso después de que hayan terminado de ver o jugar los productos. Para lograrlo, se realizarán publicaciones frecuentes en redes sociales con contenido exclusivo sobre el universo de la historia, además de encuestas, actividades y espacios de interacción en el Discord que se tiene planeado. También habrá canales de atención por medio del correo electrónico y formularios de contacto para resolver dudas y recibir comentarios. Con todo esto, el proyecto busca crear una comunidad activa, conocer la opinión de sus usuarios y seguir mejorando la experiencia que ofrece.

Para las fuentes de ingreso, se planteó una estrategia de financiamiento inicial y oportunidades de monetización a mediano y largo plazo. En las primeras fases de desarrollo se podrían obtener ingresos a partir de la participación en fondos y concursos culturales, patrocinios y campañas de financiamiento (crowdfunding). Una vez que el proyecto esté consolidado se buscará obtener ingresos mediante la venta del cómic digital, la venta del videojuego, la monetización de la serie en plataformas digitales y la venta de merch. Como extra también se ha llegado a considerar la posibilidad de obtener ingresos mediante la licencia de la propiedad intelectual y la asistencia en ferias y convenciones.

Por otro lado, las actividades del proyecto están asociadas a la propuesta de valor. Entre las actividades más importantes nos encontramos con la construcción de la narrativa y el worldbuilding, el diseño de personajes y de escenarios y la producción de los distintos medios que forman la franquicia (la serie animada, el cómic y el videojuego). También está el poder llevar a cabo una investigación continua a los usuarios para comprobar sus intereses y recoger sus opiniones, con el fin de seguir mejorando el proyecto. Será importante mantener una comunidad activa, compartir contenido en redes sociales y seguir ampliando el universo de Ghaiad con nuevas historias y experiencias.

Ahora, para llevar a cabo estas actividades, Ghaiad necesita poner a disposición diferentes recursos humanos, tecnológicos y económicos. En cuanto a los recursos humanos, se podría mencionar profesionales como: guionistas, ilustradores, animadores, programadores y community manager. En el apartado tecnológico se contempla el poder utilizar herramientas específicas a las especialidades de cada uno/a (ilustración, animación, modelado y desarrollo de videojuegos), así como la necesidad de contar con equipos

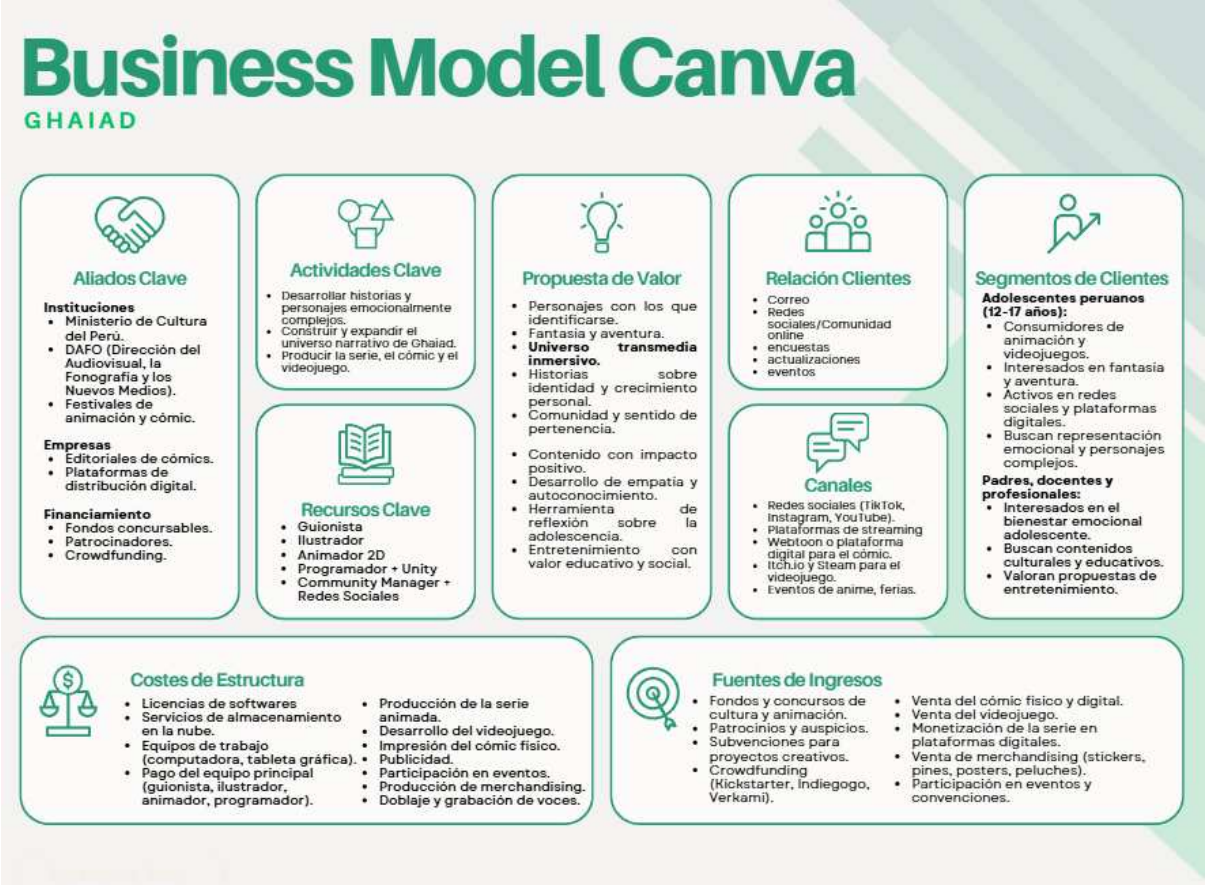
potentes que soporten la utilización de estos programas. Por otro lado, también se hace necesaria la disponibilidad de recursos del orden económico que avalen las distintas etapas del proyecto; es decir, preproducción, producción y postproducción.

En relación a lo anterior, el desarrollo de Ghaiad también depende del establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones y organizaciones que contribuyan a asegurar su crecimiento y sostenibilidad. Entre los principales aliados potenciales se encuentran el Ministerio de Cultura del Perú, la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO), así como fondos concursables con premios financiables para proyectos culturales y audiovisuales. Asimismo, se considera importante establecer vínculos con festivales y eventos especializados, como pueden ser el Festival Internacional de Animación Ajayu, el Festival Insólito y Lima Comics, además de editoriales peruanas como Contracultura, Polifonía Editora y Mesa Redonda Editorial, que podrían ayudar a difundir el comic. Finalmente, el proyecto también podría aliarse con plataformas de distribución como Steam, itch.io y Webtoon, campañas de crowdfunding a través de Kickstarter o Verkami, y el apoyo de patrocinadores privados interesados en la industria creativa.

Finalmente, la estructura de costos de Ghaiad se elaboró considerando los recursos, actividades y herramientas necesarias para desarrollar el proyecto. Los costos fijos son aquellos que siempre se deben pagar, sin importar cuánto se produzca o se venda. Dentro de este tipo de costos están las licencias de softwares especializados para ilustración, animación y desarrollo de videojuegos (Clip Studio Paint, Toon Boom Harmony, Unity, etc.), así como los servicios de almacenamiento en la nube y los equipos de trabajo. También forman parte de este tipo de gastos todos los costos relacionados con el equipo de desarrollo (Sueldos del guionista, ilustrador, animador 2D, programador, community manager, etc).

Figura 8

Business model canvas



2.5.6 Resultados esperados

Se espera que, una vez que Ghaiad entre en contacto con su público, logre generar una conexión emocional mediante historias, personajes y conflictos con los que los jóvenes puedan sentirse identificados. A través de la serie, el videojuego y el cómic, la propuesta busca acompañar a los adolescentes durante una etapa relacionada con cambios emocionales, identidad y sentido de pertenencia. Asimismo, se espera que la historia los invite a reflexionar sobre temas como la empatía, la autoestima, la aceptación personal y la forma en que se relacionan con los demás. Gracias a ello, Ghaiad busca ser una experiencia de entretenimiento que aporte de forma positiva al desarrollo emocional de los adolescentes.

En relación con el consumo digital, se espera que los adolescentes mantengan un interés constante por el proyecto. El enfoque transmedia quiere que el público explore el universo narrativo desde todos sus medios. Es por ello que al ser plataformas digitales, se proyecta que los adolescentes interactúen con el contenido ya sea comentando, creando

teorías, fanarts y comunidades. De esta manera, poco a poco el proyecto busca construir un fandom activo, participativo y unido.

Por otro lado, también se espera que Ghaiad logre diferenciarse dentro del entretenimiento juvenil peruano. El proyecto pretende mostrar que las producciones transmedia que se desarrollan en Perú pueden tener conexiones fuertes con su publico, contando historias potentes y visualmente cautivadoras. Se quiere también que la propuesta sirva para visibilizar el potencial de la animación, de los videojuegos y de los cómics peruanos en las industrias creativas nacionales e internacionales. En caso de que se llegue a cumplir, Ghaiad puede ser un referente para futuras propuestas independientes que han sido desarrolladas en el país.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El desarrollo de la propuesta inició con la elaboración de prototipos de baja fidelidad, los cuales permitieron representar de manera preliminar los primeros inicios de la producción. Entre estos prototipos estan los primeros bocetos del mundo (las aldeas elementales) y de sus personajes principales y secundarios. También se elaboró el storyboard del tráiler de la serie animada, con el fin de mostrar la idea que se tiene para la historia del proyecto. Finalmente, se incluyó el storyboard del primer capítulo del cómic (Ghaiad: Exokuna) y los primeros assets del videojuego (Ghaiad: Altrunak), los cuales fueron mejorando poco a poco durante el desarrollo del proyecto.

Figura 9

Primeros bocetos del mundo de Ghaiad



Figura 10

Primeros bocetos de los personajes principales



Figura 11

Primeros bocetos de los personajes secundarios



Figura 12

Storyboard del Trailer animado

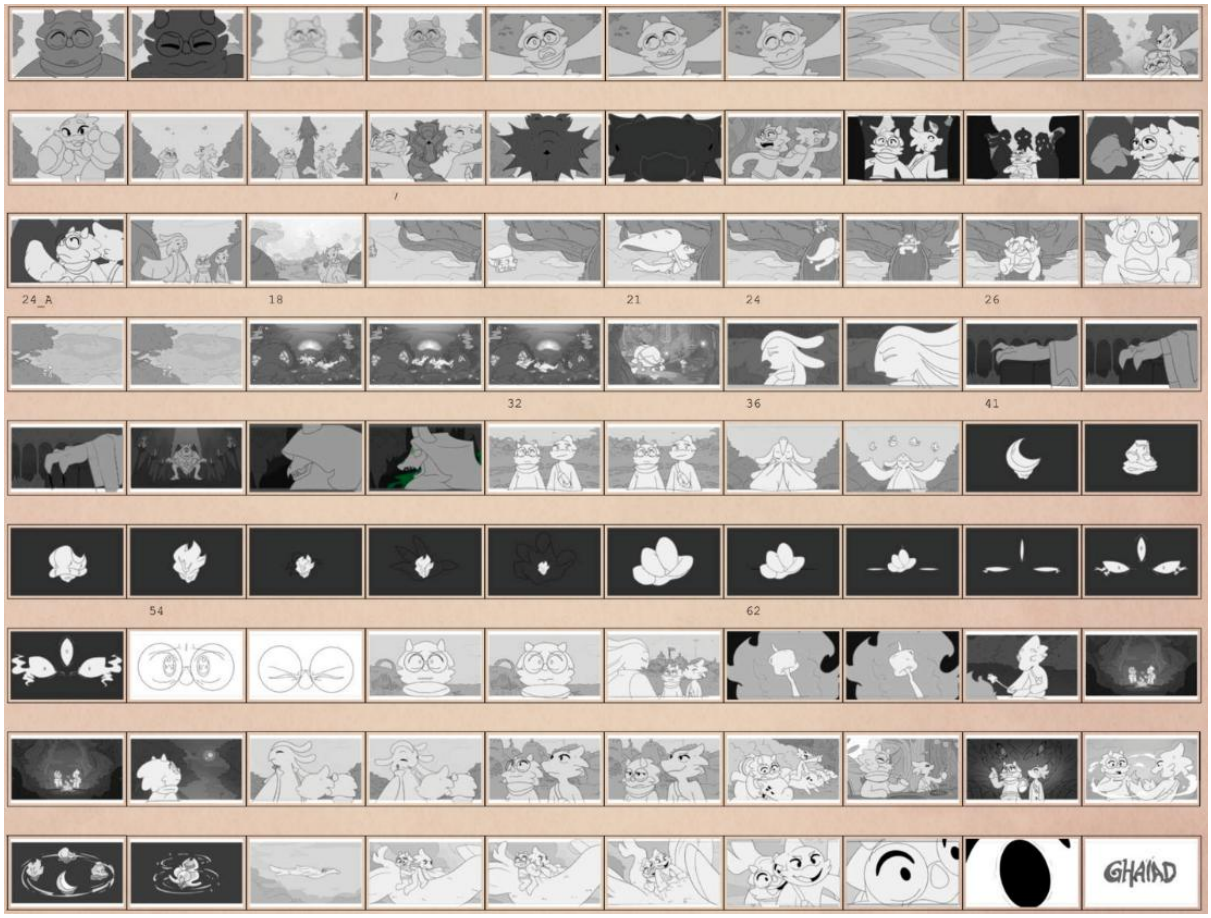


Figura 13

Storyboard del cómic

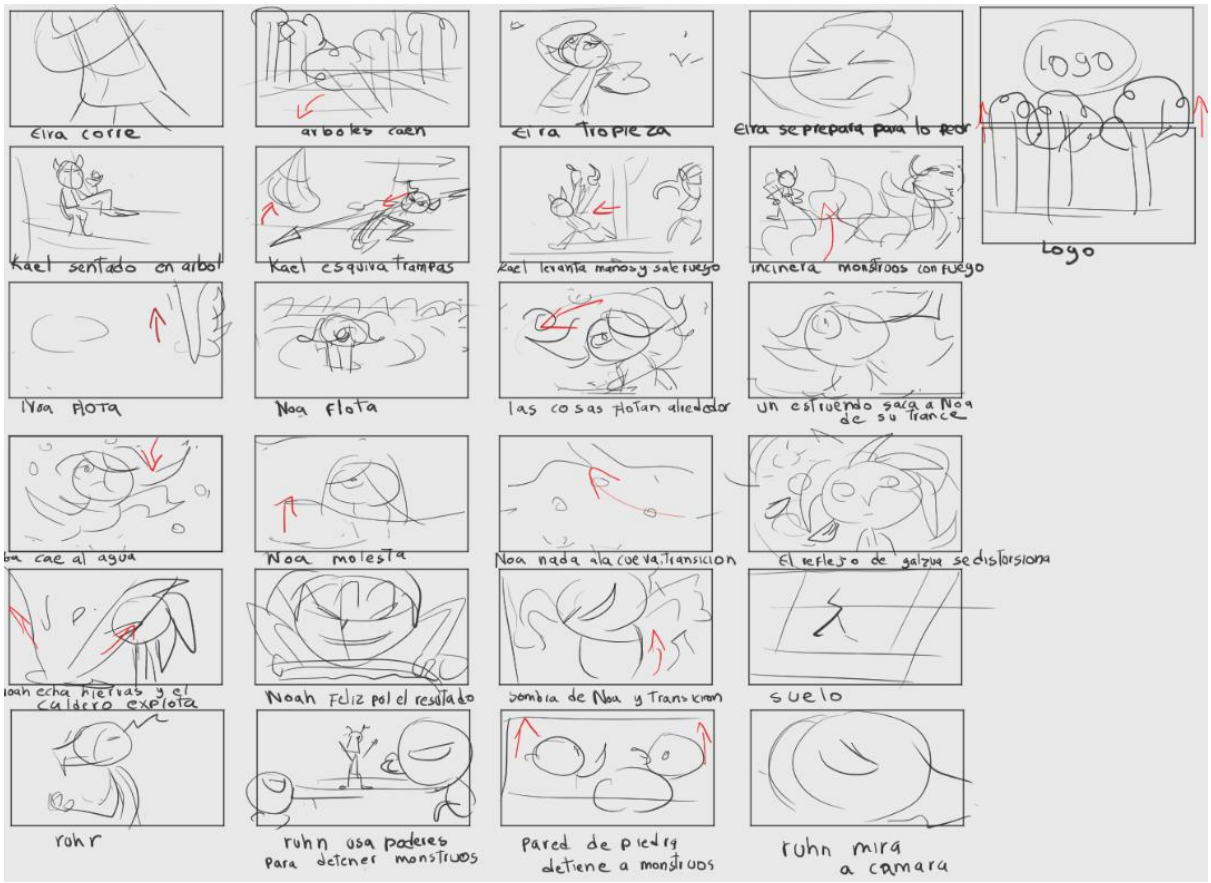
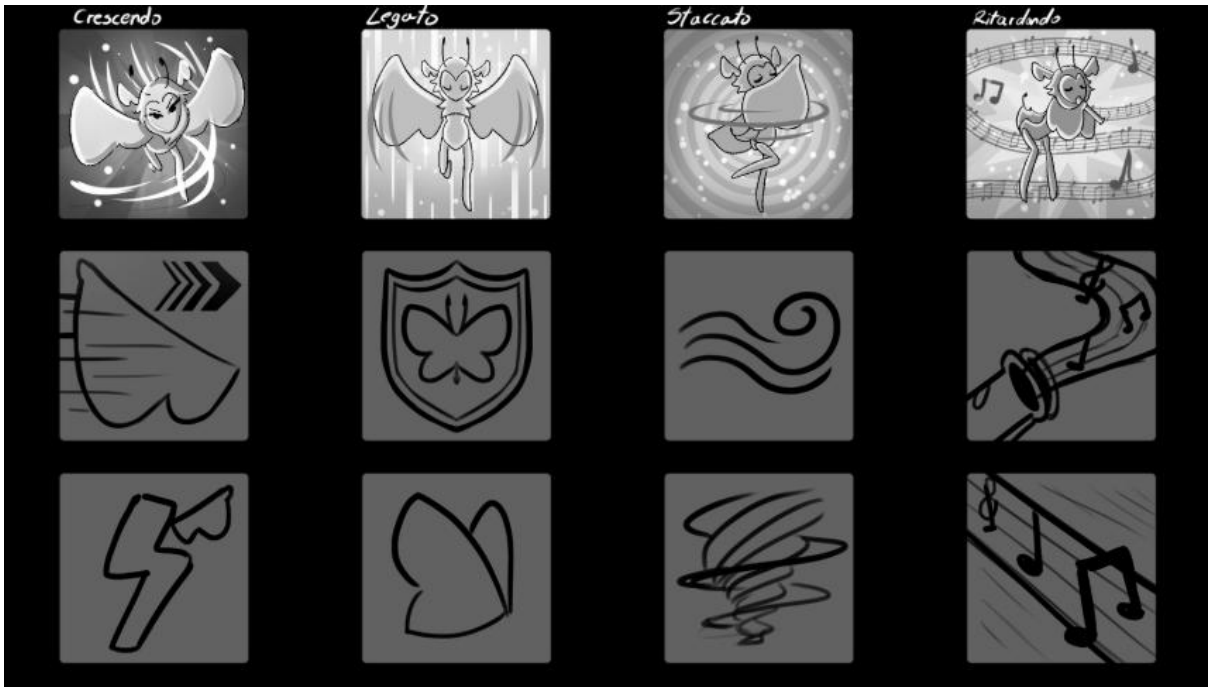


Figura 14

Primeros bocetos de los assets del videojuego



A partir de mucha retroalimentación obtenida, se generaron los prototipos de alta fidelidad de Ghaiad. En esta etapa, las ideas iniciales se convirtieron en propuestas mucho más detalladas y parecidas al resultado final, mejorando el diseño del mundo, los personajes y la forma de presentar la historia. Se creó el arte conceptual final de los personajes principales y secundarios, definiendo con mayor claridad su apariencia, expresiones y la manera en que su personalidad y su papel en la historia se reflejan en su diseño. De la misma manera, se desarrollaron las versiones finales de las aldeas y los escenarios principales, dándole una identidad visual más clara a cada uno de ellos. Estas mejoras se realizaron tomando en cuenta los comentarios y sugerencias recibidos durante las entrevistas, especialmente sobre las paletas de colores y la ambientación de cada escenario.

Figura 15

Concept art de los personajes principales de la serie animada.



Figura 16

Concept art de los personajes principales de cada medio.



Figura 17

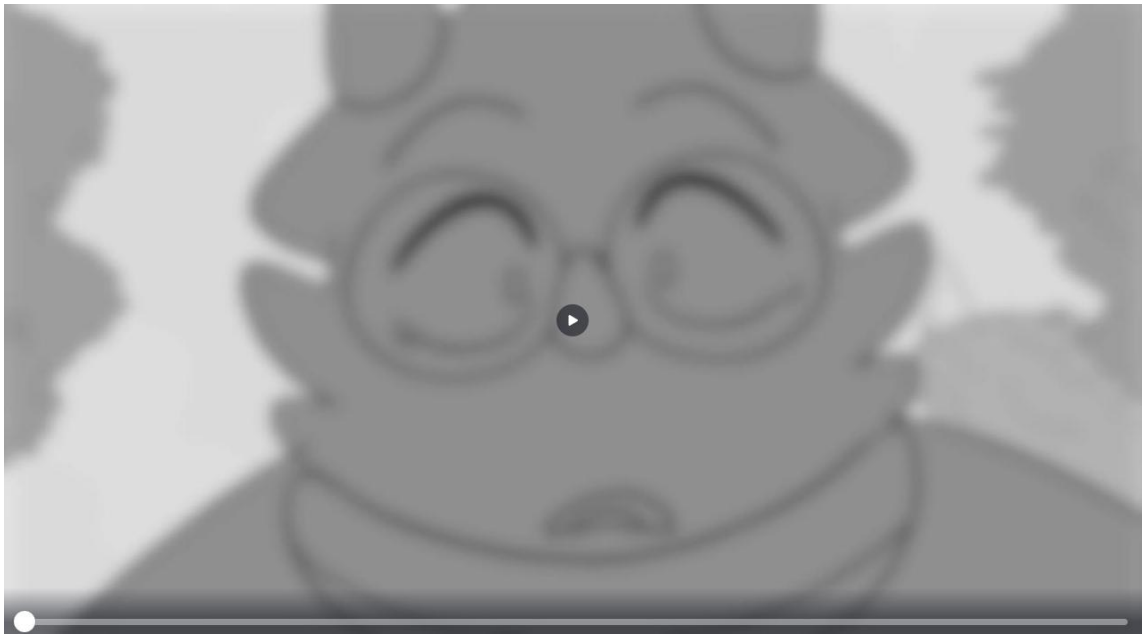
Concept art de las aldeas elementales.



Por otro lado, el storyboard también evolucionó a una animática, con el objetivo de mostrar una narrativa más fluida y dinámica a partir de los comentarios recibidos por los participantes. De igual manera, el cómic y el videojuego fueron mejorando hasta convertirse en propuestas más completas. Además, se diseñaron las portadas finales de cada uno de los medios y se desarrollaron nuevos assets para el videojuego. De esta forma, los prototipos de alta fidelidad muestran una versión mucho más cercana al resultado final que se busca para Ghaiad, mostrando una identidad visual más clara para el proyecto.

Figura 18

Animatic del trailer de la serie animada.



Nota. Véase Anexo 3 - Trailer de GHAIAD para la visualización del trailer completo.

Figura 19

Portadas de la serie, el cómic y el videojuego



Figura 20

Assets finales del videojuego



2.5.8 Experimentos

Se realizaron entrevistas a cinco participantes y una encuesta aplicada a veinte personas. Los entrevistados fueron seleccionados por conveniencia, considerando perfiles relacionados con el público objetivo. La encuesta fue aplicada a conocidos propios (del autor de este documento) y estudiantes jóvenes de secundaria (con los cuales se contó con la ayuda de mis familiares para poder llegar a ellos), para dar más cercanía al público objetivo. Así, los resultados obtenidos permitieron recoger información útil para el desarrollo y la mejora del proyecto.

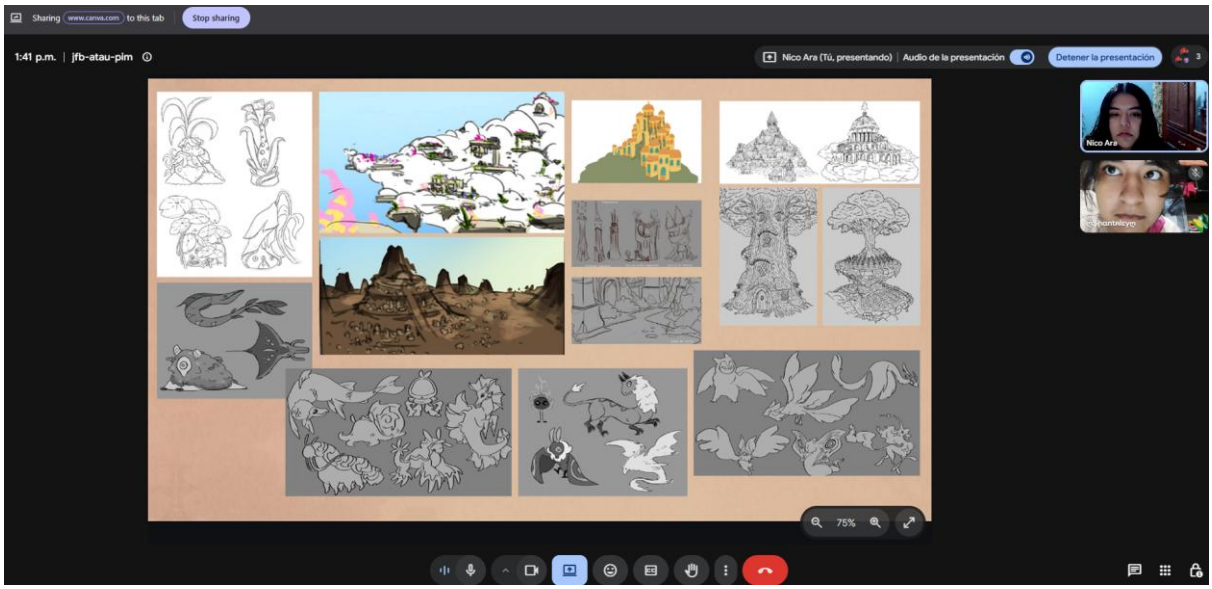
Comenzando con las entrevistas (véase Anexo 1 - Entrevistas), cuatro de los participantes se encontraban dentro del rango de edad establecido, mientras que la última entrevistada era una egresada de una carrera creativa que aportó una visión más profesional al trabajo. La mayoría comentó que suele ver series o películas animadas con frecuencia y que sus géneros favoritos son la fantasía, la aventura y la comedia. Mencionaron que lo que más valoran de una historia es que los personajes tengan buen desarrollo, que evolucionen mientras avanza la trama y que el mundo sea interesante de explorar. Además, señalaron que suelen abandonar una serie cuando se vuelve repetitiva, los problemas no están bien desarrollados o salen tramas que no aportan nada.

Sobre cómo vieron Ghaiad, los entrevistados coincidieron en que lo que más llamó su atención fue el apartado visual. Mencionaron en primera instancia las paletas de colores, el diseño de las aldeas y la variedad de escenarios, señalando que cada aldea transmite una sensación “distinta” y que al verlas si les genera curiosidad por saber más de lo que pasó en ellas. Uno de los comentarios más comunes fue en particular sobre la aldea de fuego,

ya que esta les generó interés debido a que utiliza una paleta verdosa en lugar de los colores tradicionales asociados al elemento fuego (rojo, amarillo, naranja), tomándolo como algo positivo, inesperado y original. Esto corroboraría la idea de que las decisiones visuales poco convencionales pudieron ayudar a reforzar los rasgos distintivos de Ghaiad y que llamarían más la atención a la gente.

Figura 21

Evidencia de la entrevista 1



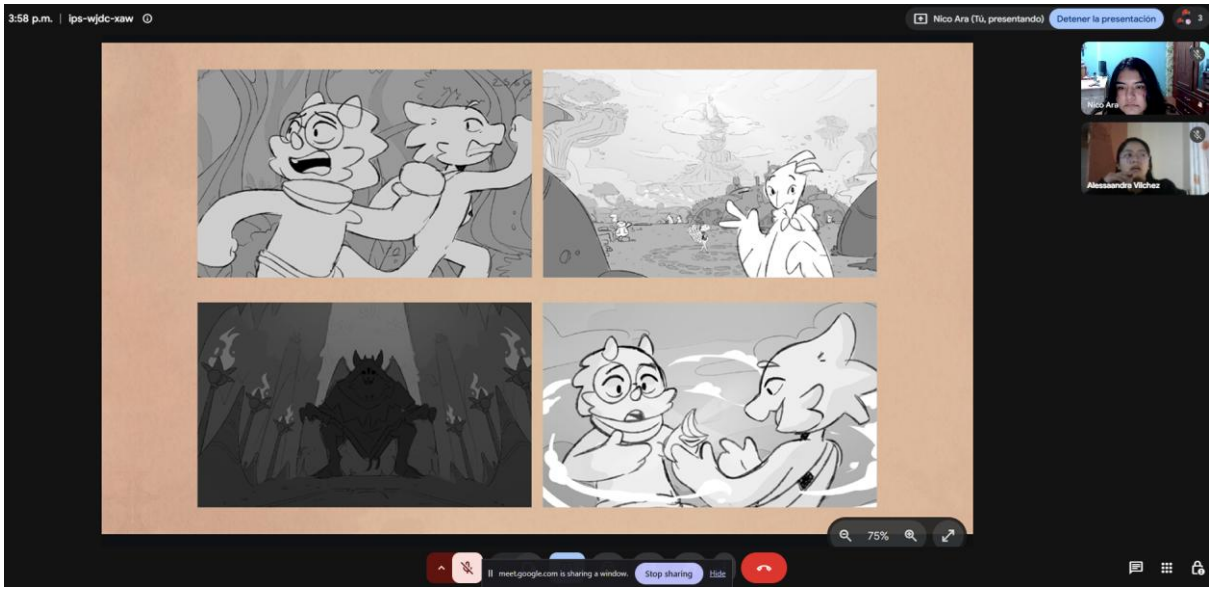
En cuanto a la historia, lo que generó mayor interés fue primero, la historia de Galatar (el antagonista), el proceso de corrupción de algunos personajes, el pasado de los protagonistas y el origen de las especies nuevas (originales, propias del mundo de Ghaiad). Como solo se les presentó la premisa y un breve resumen de la historia, varios comentaron que les dio curiosidad conocer más sobre cómo se organizan las aldeas y qué otros conflictos o relaciones existen entre ellas. Sobre los personajes, mencionaron que les gustaría conocer mejor sus motivaciones, sus conflictos y cómo van cambiando a lo largo de la historia. En general, no hubo comentarios negativos sobre sus diseños, ya que los consideraron interesantes, aunque señalaron que sería importante desarrollar más sus historias personales para que el público pueda conectar mejor con ellos.

Las entrevistas también permitieron identificar algunas recomendaciones para mejorar la propuesta. Dos de los participantes mencionaron que las historias con demasiado lore pueden resultar confusas o difíciles de seguir, por lo que sugieren que la información del mundo se revele de manera progresiva. Asimismo, se señaló que la

historia no debería volverse repetitiva ni presentar acontecimientos sin importancia para la trama (conocido coloquialmente como “relleno” o “story filler”), ya que esto podría ocasionar que el público pierda el interés. También remarcaron el no recaer en recursos clichés o comunes.

Figura 22

Evidencia de la entrevista 5



Como comentarios extra, algunos de los entrevistados indicaron que suelen no ver tanto contenidos largos y prefieren experiencias más dinámicas y fáciles de consumir. Esto podría tomarse en cuenta a la hora de crear los episodios, para así mantenerlos con un ritmo ágil, especialmente durante sus primeros capítulos (y así captar la atención desde el inicio). En cuanto al cómic y al videojuego, ambos despertaron interés porque permitirían conocer más sobre el universo de Ghaiad. A los participantes les gustó la idea de explorar nuevas zonas de las aldeas, descubrir historias secundarias y aprender más sobre los personajes a través de estos dos medios.

Como comentarios finales, se espera que Ghaiad mantenga un equilibrio entre su aspecto visual (que va dirigido a un público joven) y la presencia de temas profundos y emocionales. Consideraron que, si estos elementos se desarrollan bien, podrían convertirse en uno de los mayores puntos fuertes del proyecto. También mencionaron que tanto la historia como los personajes deben avanzar de forma gradual y coherente para mantener el interés del público. En general, las opiniones muestran que la propuesta fue bien recibida.

Por otro lado, los resultados de la encuesta reflejaron también una respuesta positiva ante la premisa del proyecto (véase Anexo 2 - Encuestas). El 85 % de los encuestados calificó la propuesta con 4 o 5 puntos sobre 5, mientras que el 70 % afirmó que le interesaría ver una serie animada basada en Ghaiad y el 30 % indicó que posiblemente la vería. Los aspectos que más llamaron la atención fueron la idea del mundo de Ghaiad (65 %), la aventura y exploración (55 %), el concepto transmedia (40 %) y las piedras elementales (35 %). Entre las principales sugerencias destacó el interés por conocer más sobre los personajes, la historia de las aldeas, el origen del mundo, el villano principal y la conexión entre los distintos medios, siendo la serie animada el que generó mayor expectativa entre los participantes.

Figura 23

Evidencia de la encuesta respecto a la premisa.

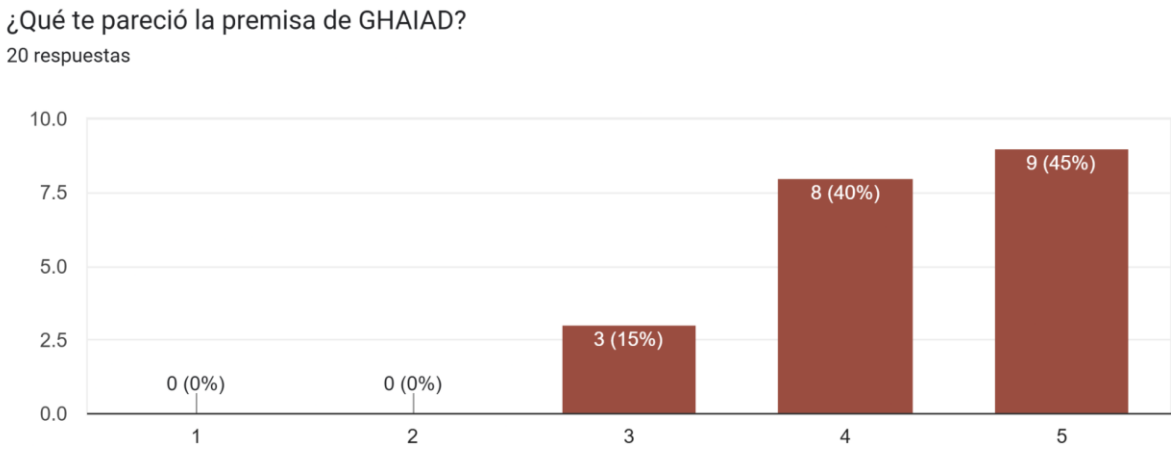


Figura 24

Evidencia de la encuesta respecto a lo que más llamó la atención del usuario.

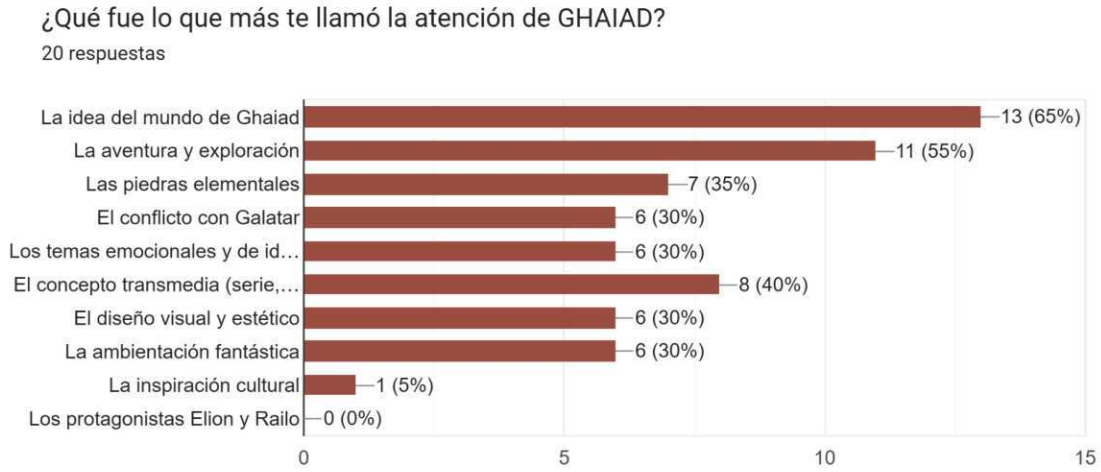
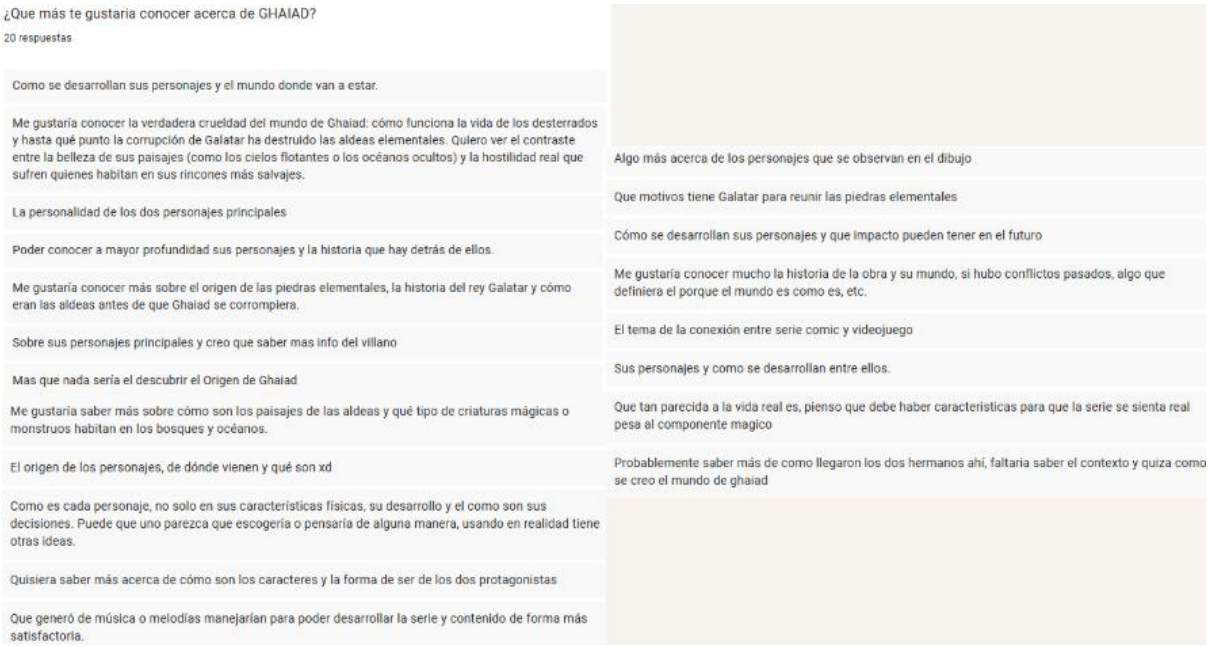


Figura 25

Evidencia de la encuesta respecto a feedback externo.



Adicionalmente, se realizaron distintos experimentos complementarios en conjunto con el equipo de Ghaiad, con el propósito de validar la propuesta a una mayor escala. Se llevaron a cabo dos encuestas externas que contaron con la participación de 255 personas en total, una dirigida a participantes peruanos y otra a participantes extranjeros, permitiendo obtener una perspectiva más amplia sobre la recepción del proyecto (véase Anexo 3 - Encuestas realizadas por el equipo de Ghaiad). Asimismo, se realizó una sesión de playtesting para evaluar la experiencia e interacción con el videojuego y recoger

observaciones de los participantes (véase Anexo 4 - Playtesting). En conjunto, estos experimentos permitieron obtener retroalimentación adicional para identificar fortalezas y aspectos de mejora de Ghaiad, así como evaluar su aceptación tanto a nivel nacional como internacional.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

La presente estimación de costos corresponde a la fase inicial de lanzamiento del proyecto Ghaiad. En esta fase se desarrollarán los tres productos principales de la propuesta transmedia: el episodio piloto de la serie animada, el videojuego base y el primer capítulo del cómic. También se incluyen otros gastos importantes, como el registro de la propiedad intelectual, las actividades de marketing y los costos necesarios para que el proyecto pueda comenzar a funcionar. Gracias a esta estimación, es posible conocer un estimado de cuánto dinero se necesita para hacer realidad la propuesta y planificar su crecimiento en el futuro.

Tabla 2

Desglose de costos del proyecto (sintetizado)

Desglose de costos	
Costos generales	**S/. 38.895,00**
Aspectos legales (notaría, registros, derechos de autor, carta de poder, asesoría legal)	S/. 8.882,00
Gastos administrativos y contables	S/. 25.440,00
Licencias, software y servicios digitales	S/. 4.573,00
Animación (episodio piloto)	**S/. 441.537,62**
Preproducción	S/. 217.042,75
Producción	S/. 176.806,00
Postproducción	S/. 47.688,87
Cómic	**S/. 345.124,00**
Preproducción	S/. 175.021,00
Producción	S/. 152.903,00

Postproducción	S/. 17.200,00
Videojuego	**S/. 308.492,00**
Preproducción	S/. 143.756,00
Producción	S/. 127.736,00
Postproducción	S/. 37.000,00
Total	**S/. 1.134.048,62**
Contingencia (10%)	**S/. 113.404,86**
TOTAL FINAL	**S/. 1.247.453,48**

En esta sección se presentan los costos para producir el episodio piloto de la serie animada, que será el primer paso del proyecto transmedia. Este episodio servirá para comprobar si la historia, el estilo visual y la forma de trabajar funcionan como se espera, además, ayudará a reducir riesgos y a tener una idea más clara de cuánto costará el resto del proyecto. Calcular el presupuesto de toda la serie desde el inicio sería muy difícil porque todavía pueden surgir cambios. Por eso, enfocarse en el piloto permite conocer mejor los costos de preproducción, producción y posproducción, y también crear una forma de trabajo que pueda repetirse en los siguientes episodios para aprovechar mejor el tiempo y los recursos.

Tabla 3

Presupuesto Ghaiad, La serie animada.

Presupuesto Piloto				
Ítem	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Total del proyecto por ítem (S/.)**
Gastos de Notaría	PAQUETE	1	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00
ITF + Comisiones bancarias	PAQUETE	1	S/. 400,00	S/. 400,00
Registro de Indecopi	PAGO ÚNICO	1	S/. 150,00	S/. 150,00
Derechos de autor - Safe Creative (1 año)	PAGO ÚNICO	1	S/. 58,00	S/. 58,00
Contador(es)	MESES	12	S/. 120,00	S/. 1.440,00

Administrador	MESES	6	S/. 1.130,00	S/. 6.780,00
Licencia de Creative Cloud	ANUAL	1	S/. 250,00	S/. 250,00
Compra de espacio + Dominio (Gmail)	ANUAL	2	S/. 160,00	S/. 320,00
Discord Nitro / Slack	ANUAL	2	S/. 350,00	S/. 700,00
Producción General	PAQUETE	1	S/. 19.867,75	S/. 19.867,75
Producción de Línea	MESES	8	S/. 3.500,00	S/. 28.000,00
Asistente de producción	MESES	6	S/. 1.130,00	S/. 6.780,00
Dirección general del proyecto	PAQUETE	1	S/. 19.867,75	S/. 19.867,75
Guionista	PAQUETE	1	S/. 7.947,10	S/. 7.947,10
Script Doctor	PAQUETE	1	S/. 4.000,00	S/. 4.000,00
Dirección de Arte	MESES	10	S/. 4.500,00	S/. 45.000,00
Dirección de Sonido	MESES	5	S/. 3.500,00	S/. 17.500,00
Dirección de Animación	MESES	5	S/. 3.500,00	S/. 17.500,00
Character Designer 1	MESES	2	S/. 1.200,00	S/. 2.400,00
Character Designer 2	MESES	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00
Background Artist 1	MESES	5	S/. 2.500,00	S/. 12.500,00
Background Artist 2	MESES	5	S/. 2.000,00	S/. 10.000,00
Concept Artist 1	MESES	2	S/. 1.200,00	S/. 2.400,00
Concept Artist 2	MESES	3	S/. 1.200,00	S/. 3.600,00
Concept Artist 3 (Color Key)	MESES	2	S/. 1.800,00	S/. 3.600,00
Lead Storyboardista (Animatic)	MESES	2	S/. 3.000,00	S/. 6.000,00
Storyboarder 1	MESES	2	S/. 2.500,00	S/. 5.000,00
Storyboarder 2	MESES	2	S/. 2.500,00	S/. 5.000,00
Storyboarder 3	MESES	2	S/. 2.500,00	S/. 5.000,00
Storyboarder 4	SEMANAS	2	S/. 300,00	S/. 600,00
Elión - Voice Actor	PAQUETE	1	S/. 3.000,00	S/. 3.000,00
Railo - Voice Actor	PAQUETE	1	S/. 3.000,00	S/. 3.000,00
Liberia - Voice Actor	PAQUETE	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00
Abuela - Extra	PAQUETE	1	S/. 600,00	S/. 600,00
Lead Layout Artist	MESES	2	S/. 3.500,00	S/. 7.000,00
Layout Artist 1	MESES	2	S/. 1.500,00	S/. 3.000,00
Layout Artist 2	MESES	2	S/. 1.500,00	S/. 3.000,00
Layout Artist 3	MESES	2	S/. 1.500,00	S/. 3.000,00
Animador Senior	Segundos	110	S/. 99,24	S/. 10.916,40
Animador 1	Segundos	91	S/. 88,61	S/. 8.063,51

Animador 2	Segundos	91	S/. 88,61	S/. 8.063,51
Animador 3	Segundos	91	S/. 88,61	S/. 8.063,51
Animador 4	Segundos	91	S/. 88,61	S/. 8.063,51
Animador 5	Segundos	91	S/. 88,61	S/. 8.063,51
Animador 6	Segundos	91	S/. 88,61	S/. 8.063,51
Animador (In-betweens)	Segundos	91	S/. 77,98	S/. 7.096,18
Animador (In-betweens)	Segundos	91	S/. 77,98	S/. 7.096,18
Cleaner 1	Segundos	110	S/. 36,20	S/. 3.982,00
Cleaner 2	Segundos	110	S/. 31,86	S/. 3.504,60
Cleaner 3	Segundos	110	S/. 31,86	S/. 3.504,60
Cleaner 4	Segundos	110	S/. 31,86	S/. 3.504,60
Cleaner 5	Segundos	110	S/. 28,32	S/. 3.115,20
Cleaner 6	Segundos	110	S/. 28,32	S/. 3.115,20
Colorista	SEMANAS	2	S/. 1.800,00	S/. 3.600,00
Asistente de post producción	MESES	3	S/. 3.610,00	S/. 10.830,00
Coordinador de post producción	MESES	3	S/. 4.332,00	S/. 12.996,00
Editor del trailer y teaser	PAQUETE	1	S/. 2.520,00	S/. 2.520,00
Diseñador gráfico de los posters (4 posters)	PAQUETE	1	S/. 1.440,00	S/. 1.440,00
Alquiler de estudio de grabación	PAGO ÚNICO	1	S/. 5.000,00	S/. 5.000,00
Sound Designer	PAQUETE	1	S/. 12.000,00	S/. 12.000,00
Grabación de voces	PAQUETE	1	S/. 4.000,00	S/. 4.000,00
Artista de Foley	PAQUETE	1	S/. 4.000,00	S/. 4.000,00
Masterizar para Dolby	PAGO ÚNICO	1	S/. 7.200,00	S/. 7.200,00
Música original + masterización	PAQUETE	1	S/. 15.000,00	S/. 15.000,00
Derechos a APDAYC	PAGO ÚNICO	1	S/. 200,00	S/. 200,00
Terabytes (1 TB)	PAGO ÚNICO	2	S/. 250,00	S/. 500,00
Imprevistos	PAGO ÚNICO	1	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00
Seguro de salud	MESES	12	S/. 200,00	S/. 2.400,00
Transporte de los actores (CASA -	PAQUETE	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00

ESTUDIO - CASA)				
Catering para actores y crew	PAQUETE	1	S/. 2.875,00	S/. 2.875,00
Total				**S/. 441.537,62**

En esta sección se muestran los costos para crear el cómic introductorio de Ghaiad, el cual ayudará a contar más sobre el universo de la historia y mostrar hechos que complementan la serie animada. Este primer cómic servirá para ver si el estilo de dibujo, la forma de contar la historia y el interés del público son los esperados antes de hacer nuevos capítulos. Además, empezar con este primer cómic permite conocer mejor cuánto cuesta la ilustración, la maquetación y su preparación para publicarlo de forma digital. También ayudará a tener una forma de trabajo que pueda usarse en los siguientes cómics, aprovechando mejor el tiempo y los recursos del proyecto.

Tabla 4

Presupuesto Ghaiad, El cómic.

Presupuesto Cómic				
Ítem	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Total del proyecto por ítem (S/.)**
Registro de Ghaiad: Exokuna en Indecopi como cómic	PAGO ÚNICO	1	S/. 195,00	S/. 195,00
Gastos de Notaría	PAQUETE	1	S/. 800,00	S/. 800,00
Comisiones de transferencias y transacciones bancarias	PAQUETE	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00
Safe Creative - Derechos de autor	MESES	12	S/. 82,00	S/. 984,00
Carta de poder	PAGO ÚNICO	1	S/. 30,00	S/. 30,00
Asesoría legal	PAQUETE	1	S/. 200,00	S/. 200,00
Administrador	MESES	12	S/. 1.500,00	S/. 18.000,00
Contador	MESES	12	S/. 1.500,00	S/. 18.000,00
Google Workspace	MESES	12	S/. 78,00	S/. 936,00

(Acceso a dominio, Google Drive, Google Chat, etc.)				
Notion para empresas	ANUAL	1	S/. 35,00	S/. 35,00
Licencia de uso de Clip Studio Paint EX	ANUAL	1	S/. 272,00	S/. 272,00
WeTransfer para empresas	MESES	12	S/. 106,00	S/. 1.272,00
Productor general	MESES	12	S/. 3.500,00	S/. 42.000,00
Editor ejecutivo	MESES	12	S/. 2.000,00	S/. 24.000,00
Coordinador de proyecto	MESES	12	S/. 3.000,00	S/. 36.000,00
Director creativo	MESES	12	S/. 3.000,00	S/. 36.000,00
Director de arte	MESES	12	S/. 3.000,00	S/. 36.000,00
Guionista principal	MESES	3	S/. 2.800,00	S/. 8.400,00
Co-guionista	MESES	3	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Editor de guion	MESES	3	S/. 1.800,00	S/. 5.400,00
Corrector de estilo	MESES	3	S/. 1.800,00	S/. 5.400,00
Concept artist 1	MESES	3	S/. 2.300,00	S/. 6.900,00
Concept artist 2	MESES	3	S/. 2.300,00	S/. 6.900,00
Diseñador de personajes 1	MESES	2	S/. 2.000,00	S/. 4.000,00
Diseñador de personajes 2	MESES	2	S/. 2.000,00	S/. 4.000,00
Ilustrador principal (lápiz)	MESES	3	S/. 2.500,00	S/. 7.500,00
Ilustrador principal (lápiz)	MESES	3	S/. 2.500,00	S/. 7.500,00
Entintador	MESES	3	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Entintador	MESES	3	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Colorista Senior	MESES	3	S/. 2.500,00	S/. 7.500,00
Asistente de color 1	MESES	3	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Asistente de color 2	MESES	3	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Maquetador / diagramador	MESES	2	S/. 2.500,00	S/. 5.000,00
Editor de textos	MESES	2	S/. 2.100,00	S/. 4.200,00
Especialista en pre-prensa	PAQUETE	2	S/. 2.500,00	S/. 5.000,00
Responsable de distribución	PAQUETE	2	S/. 2.800,00	S/. 5.600,00

Total	**S/. 345.124,00**

En esta sección se presentan los costos para desarrollar la primera versión del videojuego Ghaiad. Esta versión será un prototipo que mostrará las principales mecánicas del juego y parte de la historia, para comprobar si todo funciona como se espera antes de seguir desarrollándolo. Además, empezar con esta primera etapa ayuda a tener una idea más clara de cuánto costará el proyecto y evita hacer una inversión muy grande desde el inicio. También permitirá crear una forma de trabajo que sirva como base para las siguientes versiones y futuras mejoras del videojuego.

Tabla 5

Presupuesto Ghaiad, El videojuego.

Presupuesto Videojuego				
Ítem	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Total del proyecto por ítem (S/.)**
Registro de Ghaiad - Altrunak en Indecopi como marca	PAGO ÚNICO	1	S/. 535,00	S/. 535,00
Gastos de Notaría	PAQUETE	1	S/. 800,00	S/. 800,00
Comisiones de transferencias y transacciones bancarias	PAQUETE	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00
Safe Creative - Derechos de autor	MESES	12	S/. 82,00	S/. 984,00
Carta de poder	PAGO ÚNICO	1	S/. 30,00	S/. 30,00
Asesoría legal	PAQUETE	1	S/. 200,00	S/. 200,00
Administrador	MESES	12	S/. 1.500,00	S/. 18.000,00
Contador	MESES	12	S/. 1.500,00	S/. 18.000,00
Google Workspace	MESES	12	S/. 78,00	S/. 936,00
Notion para empresas	ANUAL	1	S/. 35,00	S/. 35,00
Licencia de Unity	MESES	12	S/. 616,67	S/. 7.400,00
WeTransfer	MESES	12	S/. 106,00	S/. 1.272,00
Project Manager	MESES	10	S/. 4.000,00	S/. 40.000,00
Game Producer	MESES	10	S/. 3.500,00	S/. 35.000,00
Supervisor de Niveles	MESES	5	S/. 2.000,00	S/. 10.000,00

Supervisor Audiovisual	MESES	5	S/. 2.000,00	S/. 10.000,00
Guionista	MESES	4	S/. 2.000,00	S/. 8.000,00
Guionista	MESES	4	S/. 2.000,00	S/. 8.000,00
Diseñador de Juego	MESES	8	S/. 2.500,00	S/. 20.000,00
Diseñador de Música	MESES	5	S/. 800,00	S/. 4.000,00
QA Testeador de Nivel	MESES	5	S/. 800,00	S/. 4.000,00
Ilustrador / Concept Artist	MESES	6	S/. 1.000,00	S/. 6.000,00
UI/UX Artist	MESES	5	S/. 1.800,00	S/. 9.000,00
2D Animador 1	PAQUETE	3	S/. 900,00	S/. 2.700,00
2D Animador 2	PAQUETE	3	S/. 900,00	S/. 2.700,00
2D Animador 3	PAQUETE	3	S/. 900,00	S/. 2.700,00
Rigger 1	MESES	3	S/. 1.300,00	S/. 3.900,00
Rigger 2	MESES	3	S/. 1.300,00	S/. 3.900,00
Rigger 3	MESES	3	S/. 1.300,00	S/. 3.900,00
Artista Técnico - VFX	MESES	4	S/. 3.000,00	S/. 12.000,00
Game Developer C# Unity	MESES	8	S/. 4.500,00	S/. 36.000,00
Sonidista	MESES	4	S/. 2.500,00	S/. 10.000,00
Marketing Manager	MESES	5	S/. 3.000,00	S/. 15.000,00
Community Manager	MESES	6	S/. 2.000,00	S/. 12.000,00
Total				**S/. 308.492,00**

El presupuesto desarrollado muestra la inversión necesaria para hacer realidad la primera etapa del proyecto transmedia. Esta planificación permite tener una visión clara de los recursos que se necesitan y sirve como base para buscar financiamiento, establecer alianzas estratégicas o presentar el proyecto a posibles inversionistas. Contar con este presupuesto permite tener una idea clara de los recursos necesarios y facilita la búsqueda de financiamiento, alianzas o inversionistas interesados. A partir de esta primera etapa, Ghaiad podrá seguir creciendo con nuevos episodios, más historias y futuras mejoras del videojuego, haciendo que su universo transmedia se expanda poco a poco de forma sostenible.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Ghaiad logra desarrollar una propuesta transmedia dirigida a adolescentes peruanos, orientada al fortalecimiento de su identidad personal, cultural y emocional mediante una narrativa integrada en distintos medios.

El proyecto demuestra el potencial de Ghaiad como una propuesta representativa de la animación peruana, con posibilidades de proyección nacional e internacional para los creadores independientes.

La propuesta establece una identidad visual llamativa y coherente mediante la integración de personajes, escenarios y elementos gráficos adaptados a los diferentes medios y orientados al público adolescente.

El desarrollo de un worldbuilding sólido permite integrar de manera coherente las aldeas, piedras elementales, personajes y demás componentes narrativos, facilitando la expansión del universo de Ghaiad en la serie animada, el videojuego y el cómic.

4.2 Recomendaciones

Seguir realizando pruebas con un grupo más grande y variado de adolescentes de diferentes regiones del Perú para conocer nuevas opiniones y continuar mejorando la historia, los personajes y la experiencia del proyecto.

Desarrollar los productos de Ghaiad paso a paso, empezando por el episodio piloto animado, ya que será la que mejor permita comprobar que la propuesta funciona antes de crear nuevos capítulos, el videojuego y otras historias del universo.

Dar a conocer el proyecto desde sus primeras etapas en redes sociales, para atraer público, recibir comentarios (feedback) y formar una comunidad interesada en el proyecto. Buscar alianzas con instituciones culturales, festivales, editoriales y fondos de financiamiento que ayuden a conseguir los recursos necesarios para producir y seguir desarrollando el proyecto.

Mantener el enfoque narrativo centrado en la representación de conflictos emocionales, la diversidad y el desarrollo de personajes, procurando que las futuras historias continúen respondiendo a las necesidades e intereses identificados durante la investigación con el público objetivo.

V. Referencias Bibliográficas

Avci, H., Baams, L. & Kretschmer, T. A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. Adolescent Res Rev 10, 219–236 (2025). https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1

Baltazar Jara, L. R., & Quintana Peña, A. L. (2026). Asociación entre usos y adicción a Internet en adolescentes peruanos. Revista Peruana de Ciencias de la Salud, 7(4), 308–320. https://revistas.udh.edu.pe/RPCS/article/view/964

Bárcenas Curtis, C., Lemus Pool, M. C., & Gobernatore Moreno, H. M. (2019). Videojuegos MOBA como fenómeno transmedia: El caso League of Legends como proceso de conformación de identidades, resistencias y agencias. Caracteres: Estudios Culturales y Críticos de la Esfera Digital, 8(1), 92–118. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7105377

Bedoya Denegri, C. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes [Trabajo de suficiencia profesional para optar el título de Licenciada en Psicología, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13803

Berlanga Fernández, I., & Fernández-Ramírez, L. (2020). Cine y youtubers: Nuevas audiencias, nuevas experiencias. Tsafiqui: Revista Científica en Ciencias Sociales, 15, 45–56. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8270499

Cárdenas Torres, P. C., Jumbo Sánchez, M. E., Rivera Auqui, R. A., Solórzano Becerra, G. J., Falconí Vallejo, E. del C., & Gómez Granda, K. A. (2024). Interculturalidad, diversidad e inclusión: Un enfoque integral para la sociedad contemporánea. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8(4), 3915–3924. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12686

Chávez Cercado, M. M. (2025). Proyecto de aprendizaje que incorpora el juego de roles como estrategia didáctica para la construcción y fortalecimiento de la identidad cultural en los estudiantes de 2.° grado de educación secundaria [Tesis de licenciatura, Universidad de Piura]. Repositorio Institucional PIRHUA. https://pirhua.udep.edu.pe/item/25472c6f-732b-4293-9dd9-d2db68f9c124

De la Fuente Prieto, J., Lacasa Díaz, P., & Martínez-Borda, R. (2019). Adolescente, redes sociales y universos transmedia: La alfabetización mediática en contextos

participativos. Revista Latina de Comunicación Social, 74, 172–196. https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1326

Echeverría Guzmán, Á. Y., Atencio González, R. E., & Tolozano Lapierre, G. N. (2024). Responsabilidad social universitaria: una vía para el cumplimiento del objetivo desarrollo sostenible "Salud y Bienestar". European Public & Social Innovation Review, 9, 1–13. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1778

Espichán Alejos, D. C. (2023). Los imaginarios culturales sobre la Amazonía en la narrativa audiovisual del cine de animación en Perú. Caso Ainbo: La guerrera del Amazonas [Trabajo de investigación para optar el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/668539

Fajardo Daza, L. L., Agudelo Campuzano, L. L., & Maya Londoño, S. (2024). Incidencia de la interacción de las redes sociales Instagram y TikTok en la construcción de identidad de 4 adolescentes entre los 14 y los 17 años pertenecientes a un grupo juvenil de la ciudad de Medellín [Trabajo de especialización, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio Institucional UNIMINUTO. https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/19464

Flores Paitán, Y. Y. (2016). La identidad digital en la red social Facebook en adolescentes del VII ciclo de educación básica regular de una institución educativa del distrito de El Tambo-Huancayo [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/7045

Flores-Ramírez, E., Kantún-Hernández, F., Salgado-Flores, D., & De la Cruz-Tec, C. (2025). Evolución e hitos tecnológicos de la animación: Una revisión sistemática. 593 Digital Publisher CEIT, 10(4), 280–291. https://doi.org/10.33386/593dp.2025.4.3306

Grau Rebollo, J. (2010). El audiovisual como refracción cultural. Revista Nuevas Tendencias en Antropología, 1, 1–15. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5151969

Gómez-León MI. Serious games to support emotional regulation strategies in educational intervention programs with children and adolescents. Systematic review and meta-

analysis. Heliyon. 2025 Feb 14;11(4):e42712. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42712

Guadamud Roldán, M. Y., Cedeño Guerra, M. S., Piloso Toledo, I. E., Saltos Cedeño, B. M., & Indacochea Quimís, C. A. (2025). Uso de TikTok en la construcción de identidad cultural en estudiantes de básica media. Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica, 5(3), 3468–3489. https://estudiosyperspectivas.org/index.php/EstudiosyPerspectivas/article/view/1414

Guerrero Pérez, E., & Diego, P. (2026). El diseño emocional de las series de ficción: análisis de sentimientos del guion y respuesta emocional de la audiencia. Revista Latina De Comunicación Social, (85), 1–21. https://doi.org/10.4185/rlcs-2027-2613

Guichot Reina, V., & Merino Delgado, M. A. (2016). Los cortometrajes de animación como herramienta didáctica para trabajar la educación en valores en educación infantil. Cuestiones Pedagógicas: Revista de Ciencias de la Educación, 25, 119–122. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6258490

Hinojosa Echabautis, F., & Yañe Pahuara, R. (2024). Uso de redes sociales e identidad cultural en estudiantes de quinto de secundaria de la Institución Educativa Nuestra Señora de Cocharcas, Paucará, Acobamba, Huancavelica, 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio Institucional UNE. https://repositorio.une.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7fd5b186-58b6-4142-add4-3a1178598337/content

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). Se incrementa uso de Internet en niños y adolescentes. https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/se-incrementa-uso-de-internet-en-ninos-y-adolescentes-15200/

Mercader Rovira, Alberto. (2020). Problemas en el adolescente, mindfulness y rendimiento escolar en estudiantes de secundaria.: Estudio preliminar. Propósitos y Representaciones, 8(1), e372. https://doi.org/10.20511/pyr2020.v8n1.372

Lluch, G. (2003). Análisis de narrativas infantiles y juveniles. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=94805

Lobo Zumaeta, W. C., Girón Pinedo, J., & Marina Calampa, M. S. (2022). Influencia de la producción de cine comunitario en el desarrollo de la identidad cultural de los adolescentes de 14 a 17 años de la comunidad intercultural Benajema, en el distrito de Yarinacocha, 2021 [Tesis de grado, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali. https://hdl.handle.net/20.500.14621/6161

López Kawanishi, S. del P. (2021). Perú: Animación publicitaria de Inca-Kola 2019-2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/658946

Martin, J. V., & Sneegas, G. (2020). Critical worldbuilding: Toward a geographical engagement with imagined worlds. Literary Geographies, 6(1), 1–5. https://www.literarygeographies.net/index.php/LitGeogs/article/view/239

Medina Núñez, M. C. (2014). El smartphone en la construcción de la identidad del adolescente [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/5085

Mercado Maldonado, A., & Hernández Oliva, A. V. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. Convergencia, 17(53), 229–251. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010&lng=es&tlng=es

Montoya Rojas, J. (2019). De las narrativas lineales a las narrativas transmediáticas. Quórum Académico, 16(2), 50–60. https://www.redalyc.org/journal/1990/199061671004/

Moscoso Zaldívar, L. (2025). La identidad personal en la adolescencia y el proyecto de vida en alumnos del 5to. grado de educación secundaria, en la I.E.P. Nro. 6090 José Olaya Balandra, Chorrillos, 2025. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Escuela de Posgrado. https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/1667

Pease Dreibeibis, María Angélica, Urbano Flores, Estefanía, Aranibar Chacon, Cesar Marcelo, Guerrero Concepción, Monica Silvana, & Leiva Podestá, Maria Fernanda. (2025). Exploración y compromiso en contextos de precariedad. Construcción de identidad psicosocial en adolescentes de cuatro escuelas de la

ciudad de Lima. Desde el Sur, 17(1), e0011. Epub 30 de enero de 2025. https://doi.org/10.21142/des-1701-2025-0011

Quintas-Soriano, C., Requena Mullor, J. M., Garau, E., & Castro, A. J. (2026). El análisis de la diversidad biocultural para el diagnóstico y mitigación del abandono rural. Ecosistemas, 35(1), 3035. https://doi.org/10.7818/ECOS.3035

Ramírez Olivares, T. (2020). Expansión de narrativas transmedia a través del lenguaje videolúdico: Análisis del universo de Steven Universe [Trabajo final integrador de maestría, Universidad Nacional de Rosario]. Repositorio Hipermedial de la Universidad Nacional de Rosario. http://hdl.handle.net/2133/21896

Vargas Tobón, A. M. (2025). Influencias del apego en relaciones de pareja en mujeres con dependencia emocional, estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la UdeA [Trabajo de grado profesional, Universidad de Antioquia]. Repositorio Institucional Universidad de Antioquia. Vinajera Martínez, R. M. (2019). La animación sociocultural en función de la transformación social. Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9066677.pdf

Zapata, D. (2021). Factores socioemocionales que intervienen en la toma de decisiones en los adolescentes. Revista Innovación y Desarrollo Sostenible. https://www.academia.edu/98180482/Factores_Socioemocionales_que_Intervien en_en_la_Toma_de_Decisiones_en_los_Adolescentes

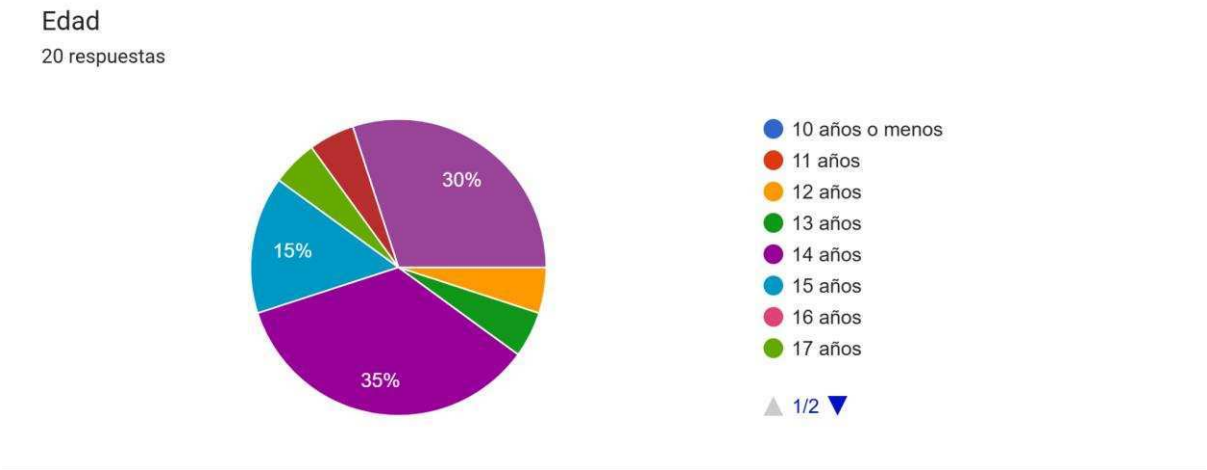
Zúñiga Gallardo, N. P. (2022). Tömara: Proyecto de preproducción inicial para cortometraje animado sobre la ansiedad social para la generación Z [Memoria para optar al título de Diseñadora Gráfica, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. https://doi.org/10.58011/myxh-dy62

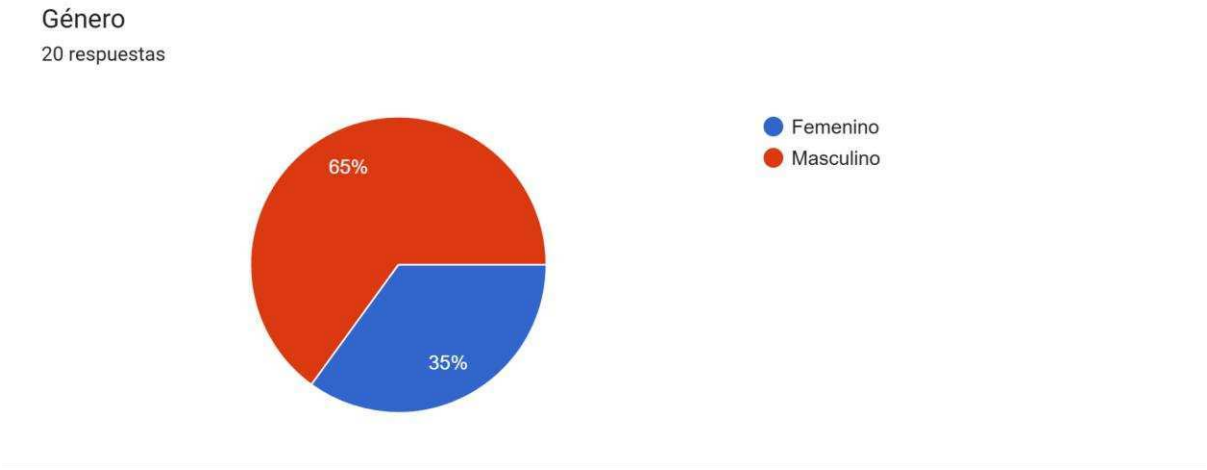
VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Entrevistas

Villafuerte Xiomara (Host). (2026, May 10-21). Entrevistas para mi proyecto de Innovación [Transcripciones de las entrevistas]. Toulouse Lautrec https://drive.google.com/drive/folders/1CUO_JT8hDLdQU9QKKIAfMveKoAU6t1tH?usp=sharing

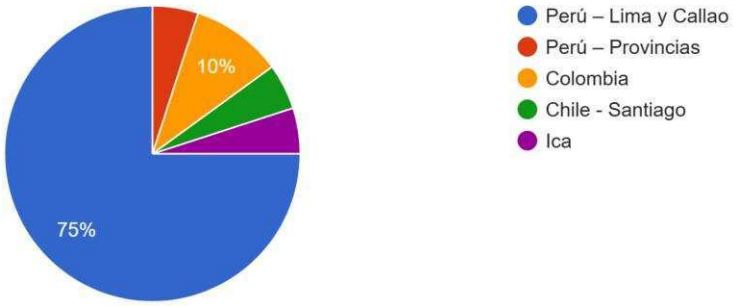
6.2 Anexo 2 - Encuestas





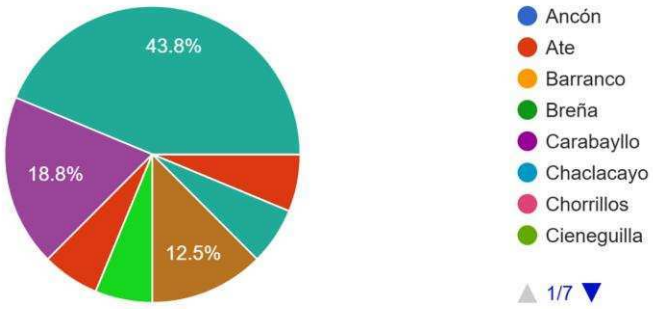
País de origen

20 respuestas



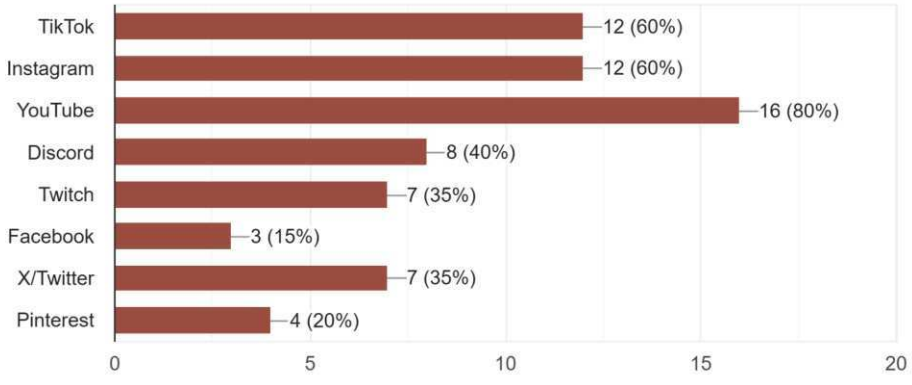
Si resides en Lima o Callao, ¿en qué distrito vives?

16 respuestas



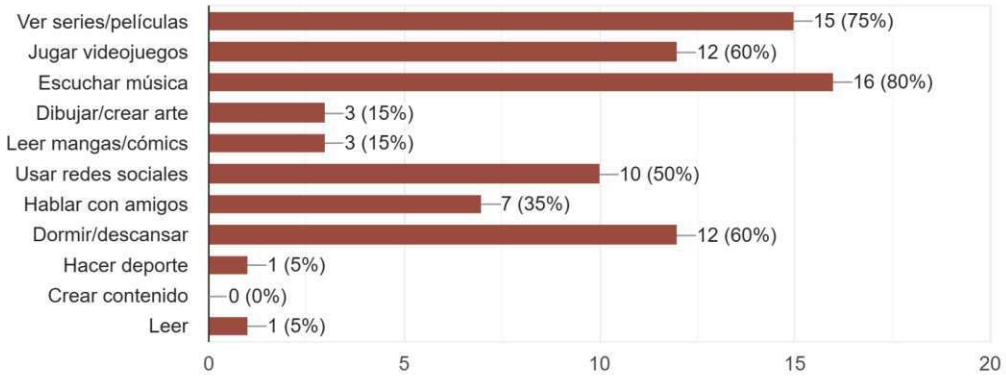
¿Qué redes sociales utilizas con mayor frecuencia?

20 respuestas



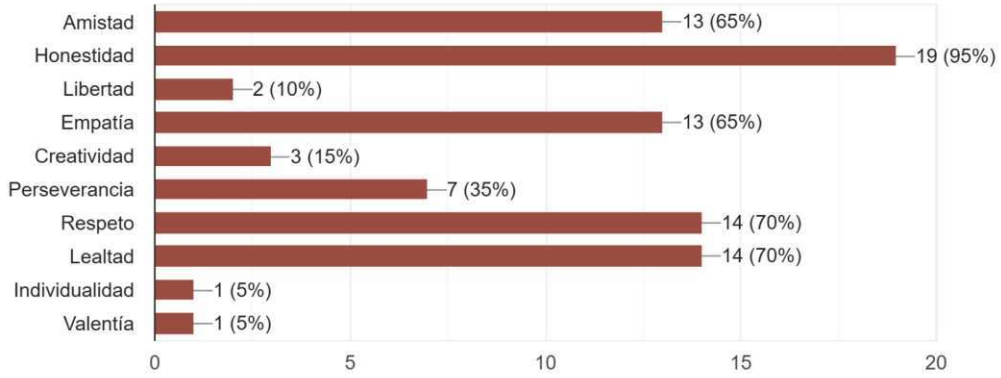
¿Qué haces normalmente en tu tiempo libre?

20 respuestas



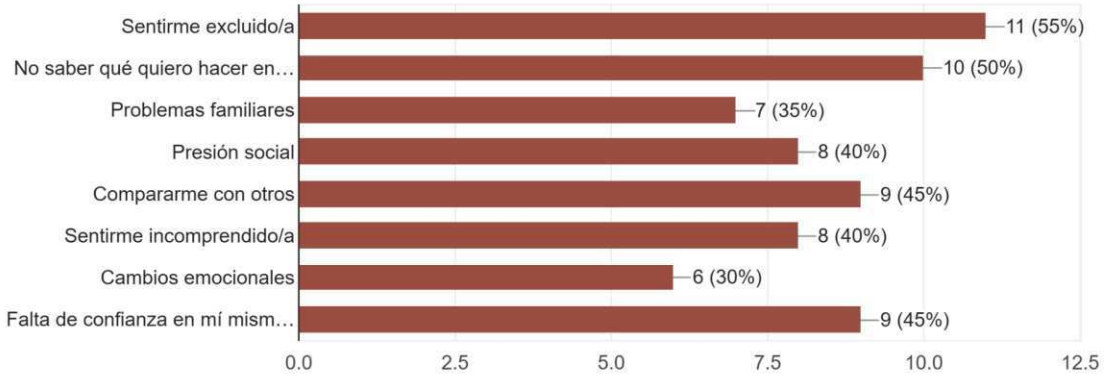
¿Qué valores consideras más importantes?

20 respuestas



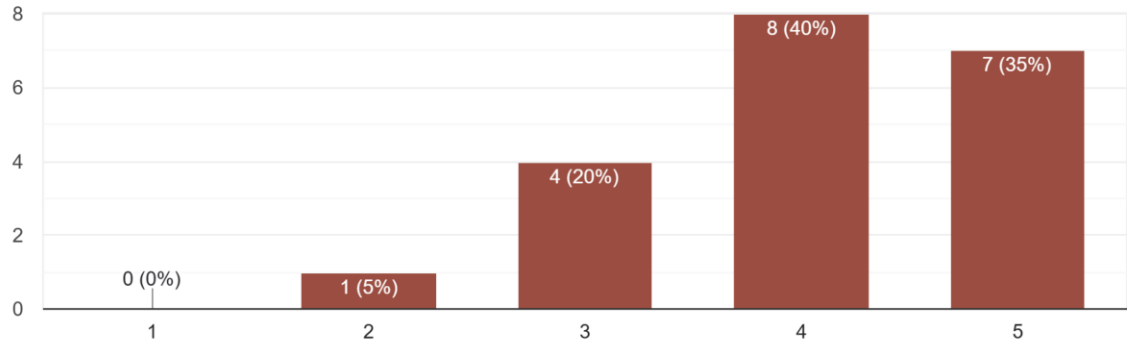
¿Qué situaciones te generan más estrés o inseguridad?

20 respuestas



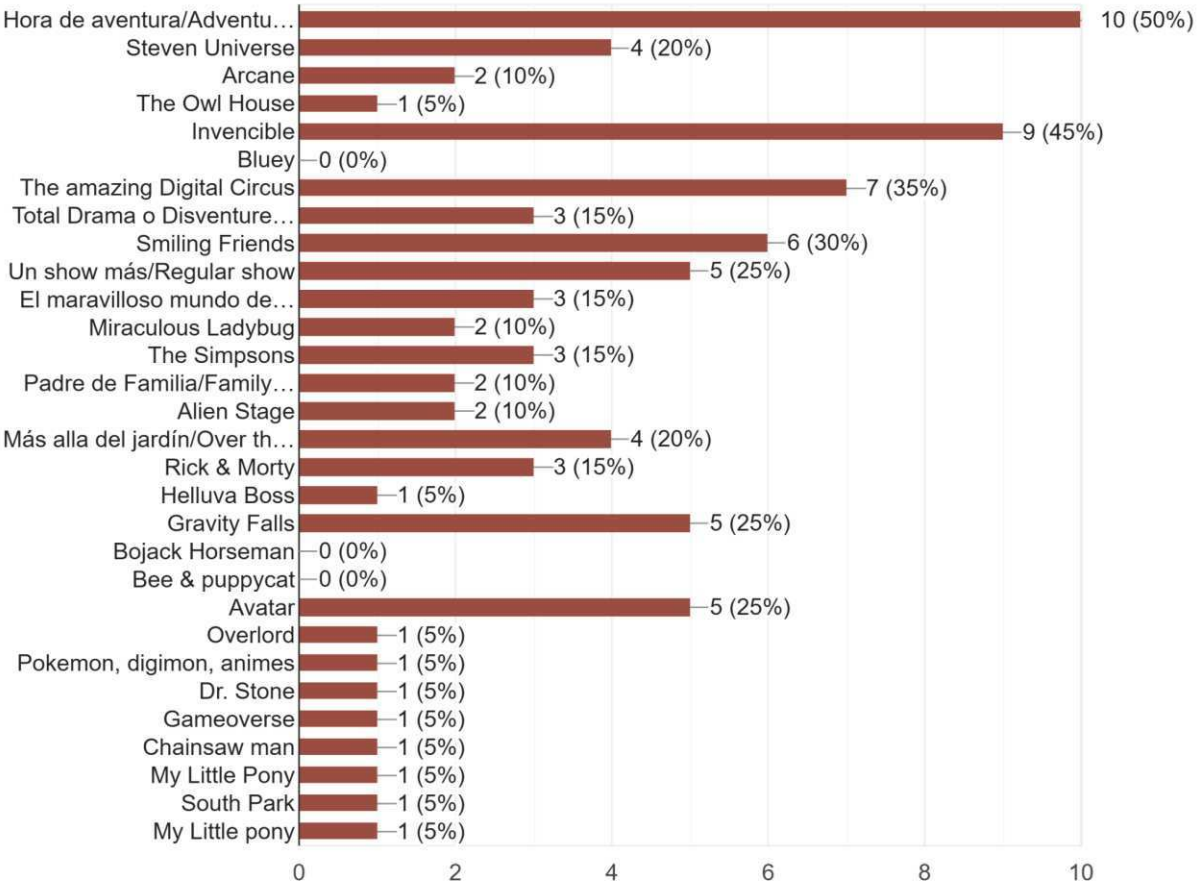
¿Con qué frecuencia miras series animadas?

20 respuestas



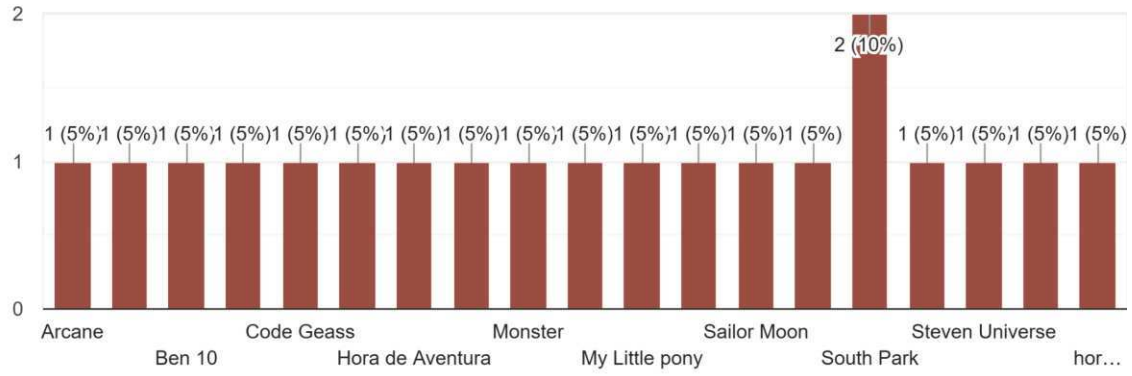
¿Qué series animadas has visto recientemente?

20 respuestas



¿Cual es tu serie animada favorita?

20 respuestas



¿Qué es lo que más te gusta/impacta de tu serie animada favorita?¿Por qué?

20 respuestas

Me gustan mucho las transformaciones alienígenas, la acción y cómo Ben madura salvando el universo.

El contraste en la historia y el verdadero horror de la misma:

El mundo exterior vive en un anime de fantasía épica. Ven a "Momon" como el caballero de armadura brillante, el héroe que salva pueblos y genera esperanza en los niños. La estética exterior es colorida, llena de aventura y magia.

Sin embargo, el espectador (y sobre todo el lector de la novela) sabe que ese salvador es el dueño del matadero. Toda esa fachada de "fantasía de aventuras" está construida sobre una base subterránea de gritos, experimentación y deshumanización que nadie en el Nuevo Mundo puede oír.

La personalidad de star y su crecimiento personal durante el trayecto de su vida tienes muchos cambios abruptos en lo que lleva las temporadas de la serie hasta que logra conocerse y aceptarse así misma

Los cambios de giro inesperados , un buen desarrollo de personajes y el soundtrack han sido los principales motivos por los cuales yo he visto la mayoría de mis series favoritas; de cierta manera, la estética que usan también me permite identificarme y asociarlas con muchas cosas que me gustan

Lo que más me impacta de Hora de Aventura es cómo mezcla aventuras divertidas con temas profundos como la amistad, el crecimiento y la tristeza.
Me gusta porque sus personajes evolucionan mucho y logra transmitir emociones reales mientras mantiene un mundo creativo y único.

La aventura de la serie y como conectar con la naturaleza.....

El misterio y desarrollo, me mantiene pensando con ansias en qué pasará, lo cuál me hace seguir la historia más y más para descubrir nuevas situaciones emocionantes.

Los valores que transmite tales como el no rendirse y encontrar tu motivo de seguir adelante. Porque siento que son valores que todos deberían aprender y entender

La historia porque es súper entretenida y logra hacer que me conecte con los personajes y con lo que está pasando en la serie

El contexto de la creación de la historia dentro de Dragon Ball es bastante curioso, como datos que pueden sonar como curiosidades terminan repercutiendo a futuro dentro de la obra (Oolong diciendo un chiste de que Goku es un alien para ser retomado a futuro o que Goku diga que dejo escapar a algunos de la patrulla roja para ser retomado como eje central en el arco de los androides, etc.)

Que hacen lo que quieren sin temor a las represalias, pueden burlarse de temas sin miedo alguno a ser cancelados

Su historia. Está bien implementada y nada forzada, se siente todo natural y no hay escenas cliches.

El protagonista vive muchas situaciones que hacen que cambie su perspectiva de vida, conoce personas especiales y se enamora de distinta forma de distintas personas. Es un personaje que vive pese al contexto en el que se encuentra. Es algo muy personal para mi.

Me gusta mucho la historia de los personajes, todos suelen tener un buen desarrollo y el mensaje en general de la trama es muy bonito

Me gusta el humor y la variedad de personalidades que presentan durante la historia, ya que ver interactuar a personajes tan diferentes genera situaciones muy cómicas, entretenidas y que siempre te terminan aportando un valioso aprendizaje aplicable a la vida real.

El humor y la animación stop motion a los inicios de la serie, porque me gusta, y siempre he sentido fascinación por el stop motion, es algo que me llama bastante la atención y me gusta mucho :3

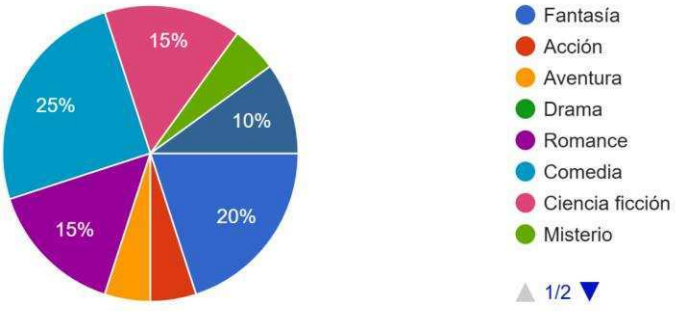
Me hace recordar a mi infancia y aunque sea repetitivo a veces, al saber información del manga como de la autora por el tiempo que lo seguí. Llega a complementarse y le tengo cariño.

Lo que más me gusta e impacta de mi serie animada favorita es el humor que maneja, porque siempre logra hacerme reír y crear momentos divertidos. Además, me gusta cómo combina la comedia con situaciones interesantes, haciendo que cada episodio sea entretenido y me permita pasar un muy buen rato

El diseño y las canciones de la sería, así mismo me gusta mucho las historias tan simples que relatan.

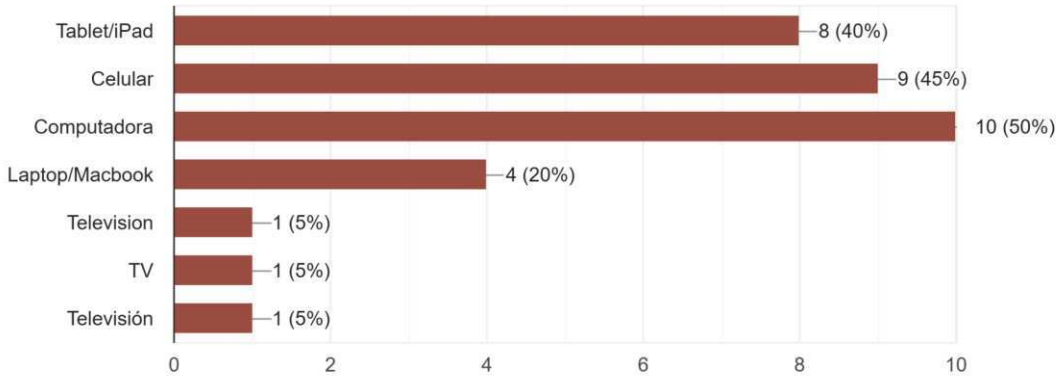
¿Qué género audiovisual te gusta más?

20 respuestas



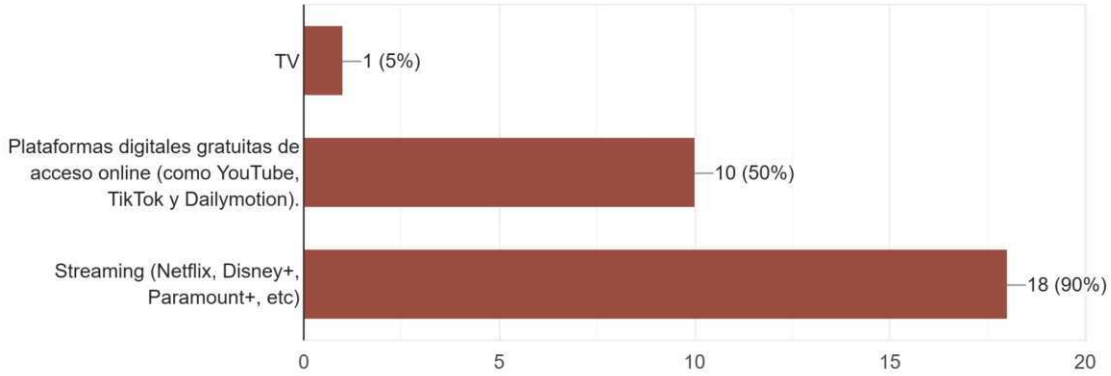
¿Qué dispositivos utilizas principalmente para ver series?

20 respuestas



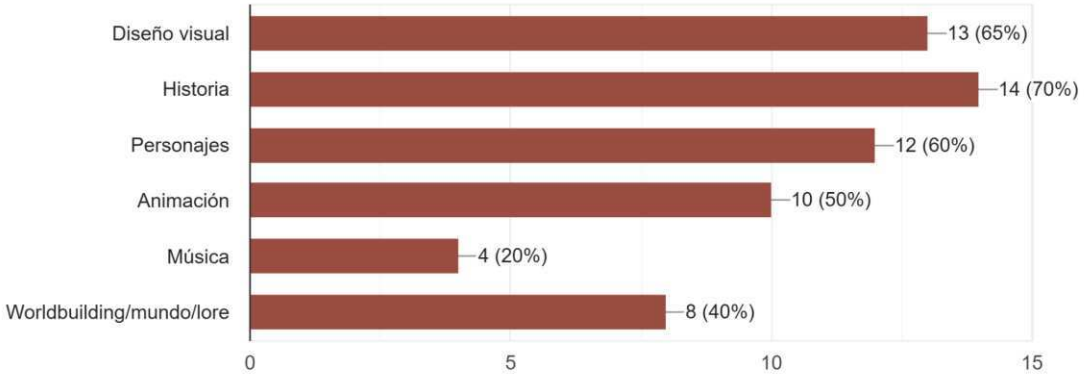
¿Cuáles son las plataformas que más utilizas para ver contenido audiovisual como series y películas?

20 respuestas



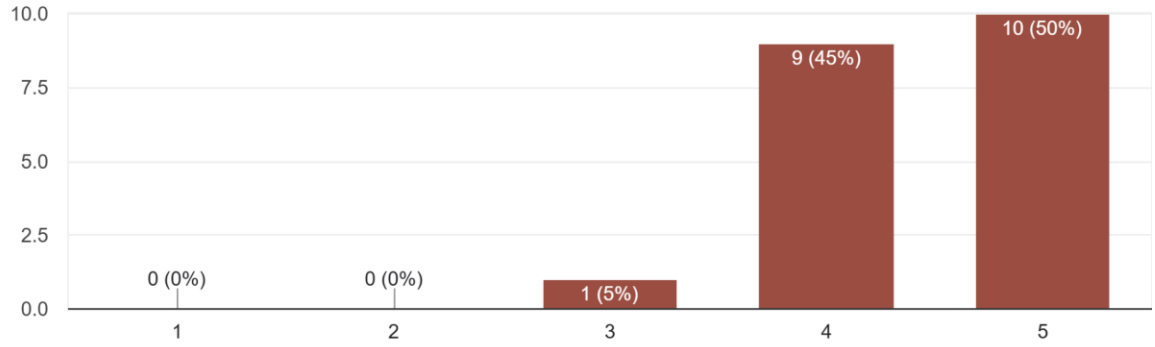
¿Qué es lo primero que te llama la atención de una serie animada?

20 respuestas



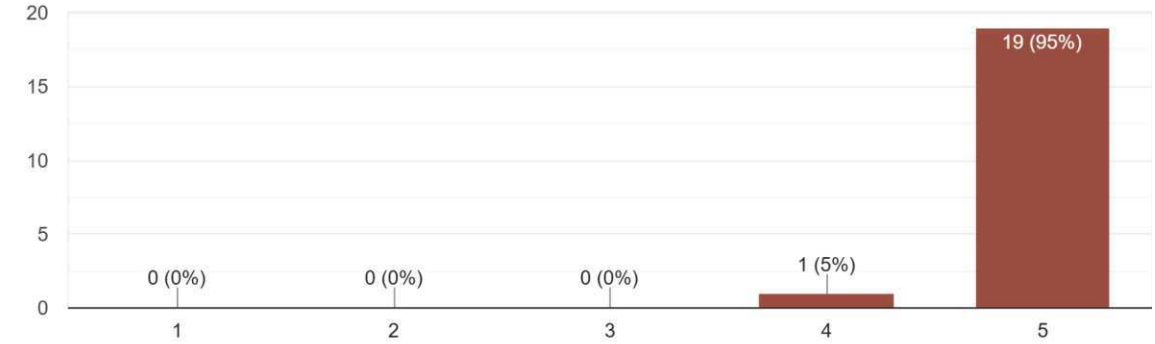
¿Qué tan importante es para ti el diseño visual?

20 respuestas



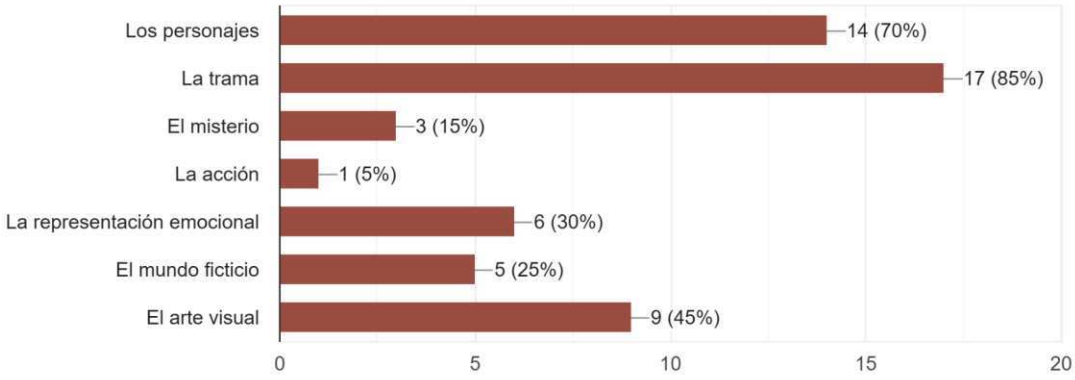
¿Qué tan importante es para ti la historia?

20 respuestas



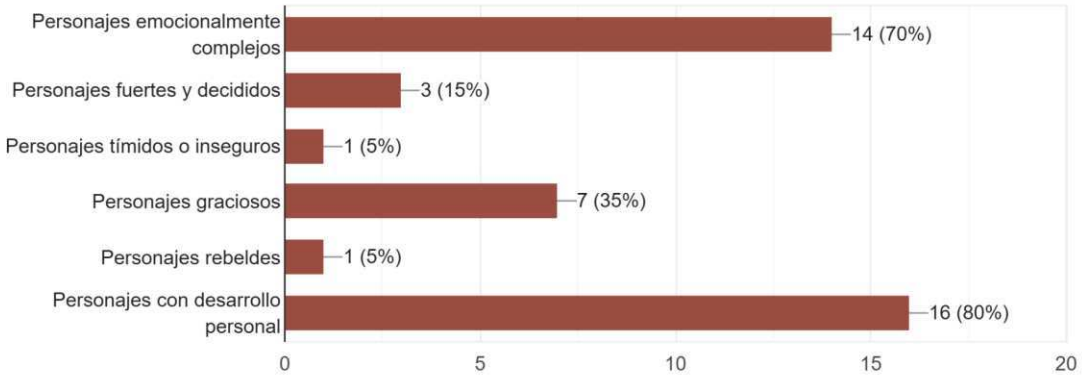
¿Qué te motiva a seguir viendo una historia?

20 respuestas



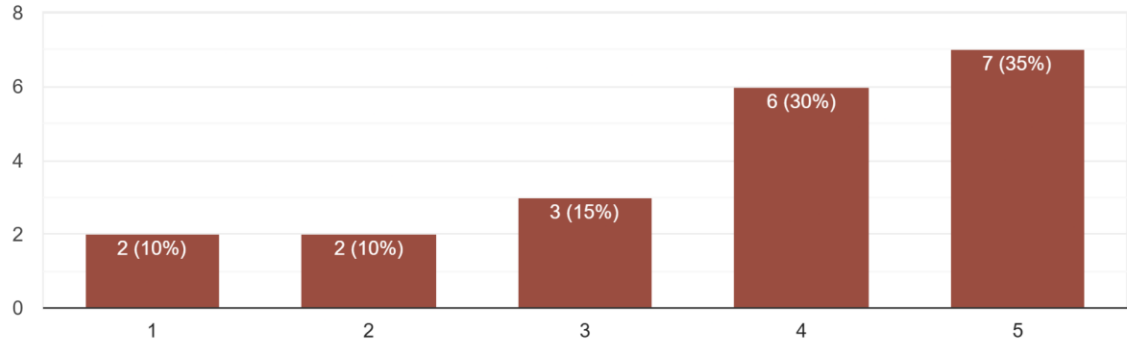
¿Qué tipo de protagonistas te interesan más?

20 respuestas



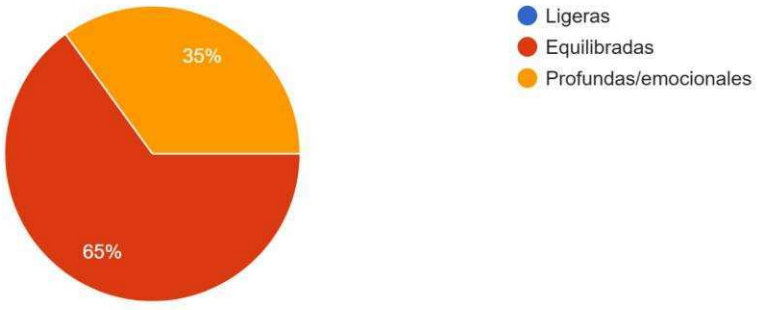
¿Te sueles identificar con personajes ficticios?

20 respuestas



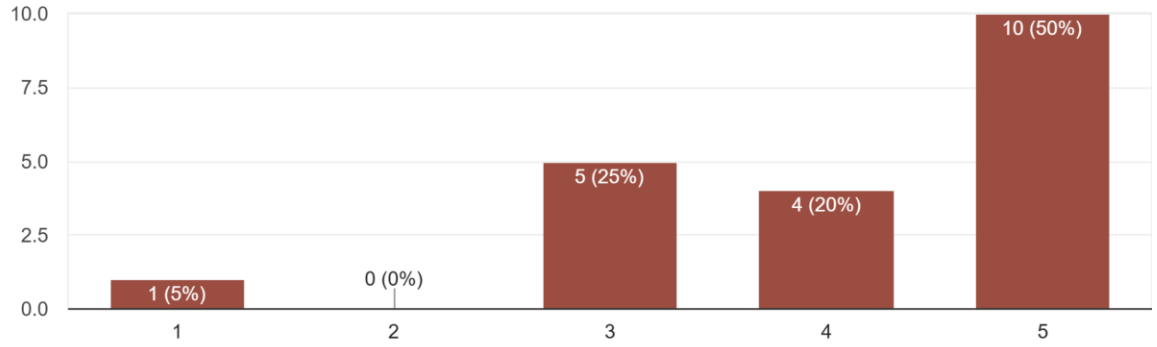
¿Prefieres historias ligeras o profundas?

20 respuestas



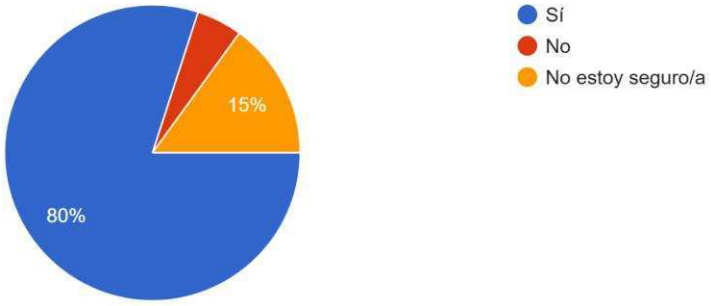
¿Qué tan importante es la representación cultural (En general, no solo en series animadas)?

20 respuestas



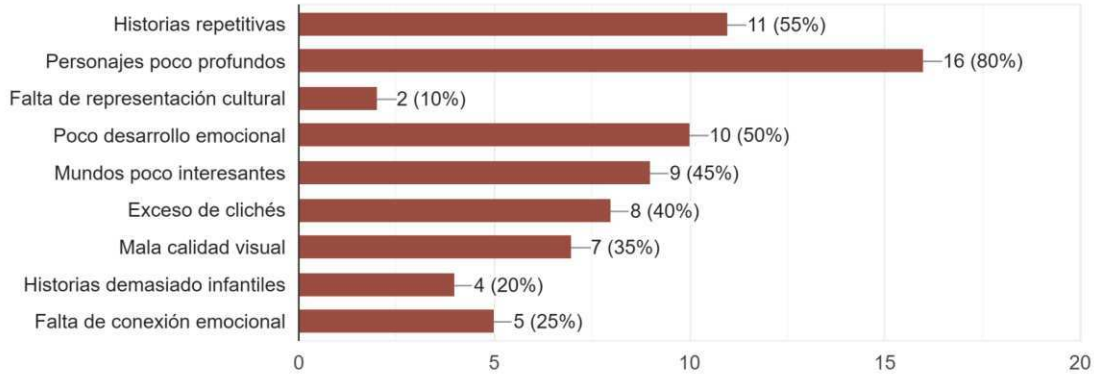
¿Alguna historia te ha ayudado emocionalmente o personalmente?

20 respuestas



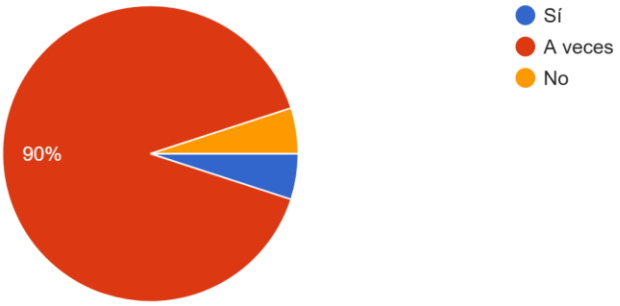
¿Qué es lo que más te decepciona de las series animadas o historias actuales?

20 respuestas



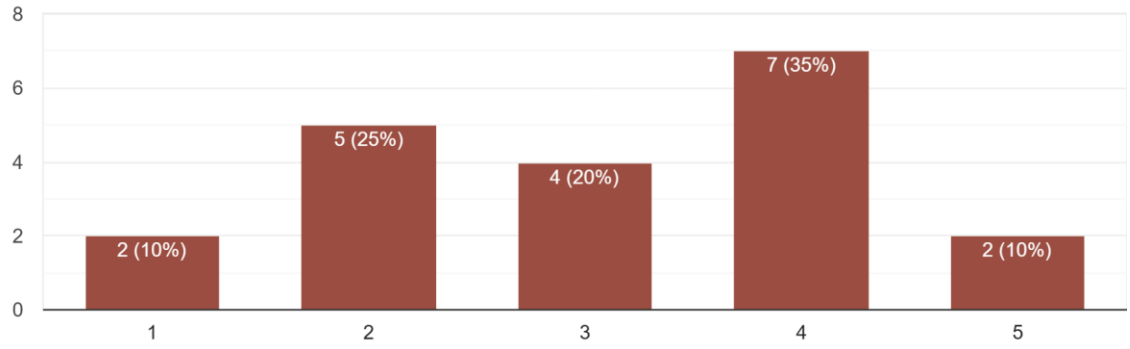
¿Sientes que las historias actuales representan correctamente las experiencias o emociones de los adolescentes?

20 respuestas



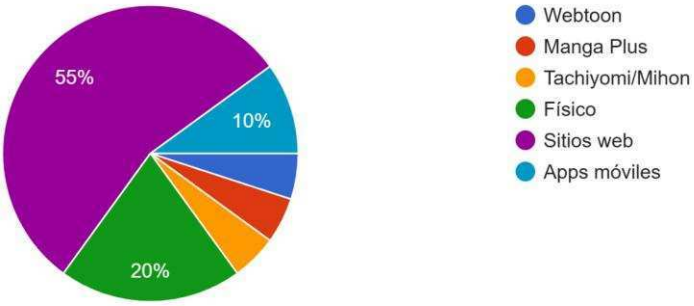
¿Con qué frecuencia lees cómics o mangas?

20 respuestas



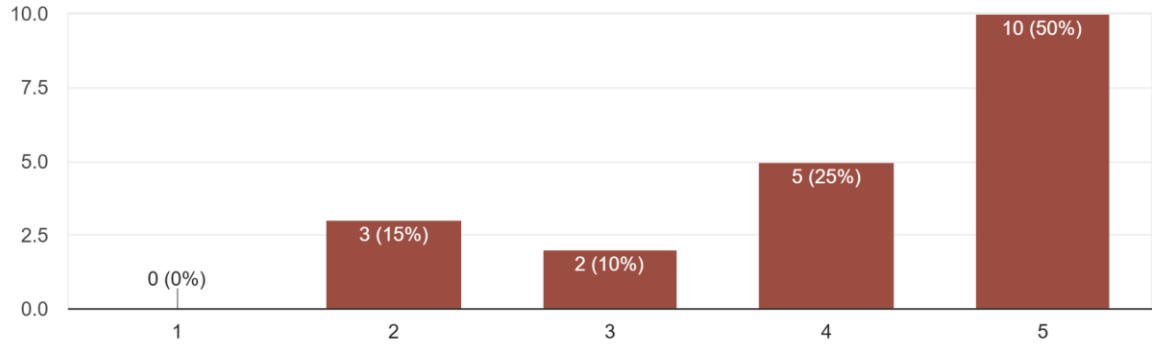
¿Dónde lees cómics o mangas?

20 respuestas



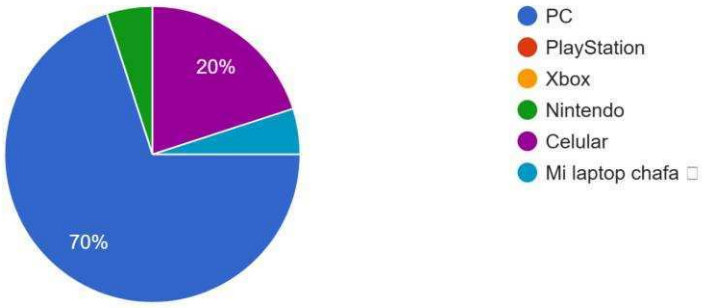
¿Con qué frecuencia juegas videojuegos?

20 respuestas



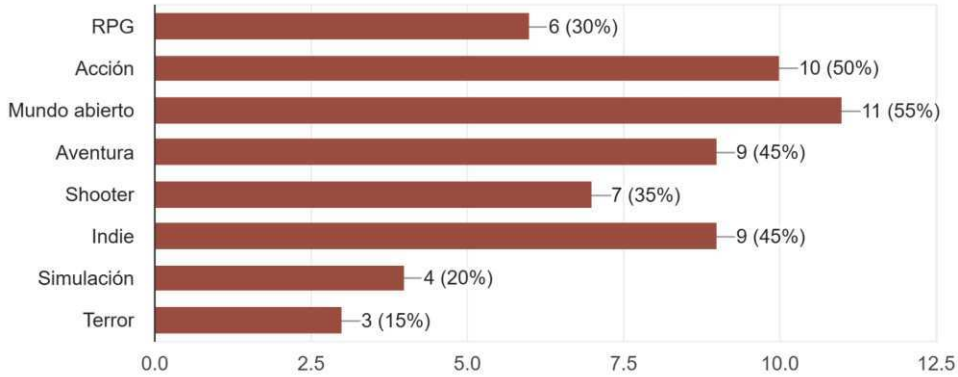
¿En qué plataforma juegas más?

20 respuestas



¿Qué géneros de videojuegos prefieres?

20 respuestas



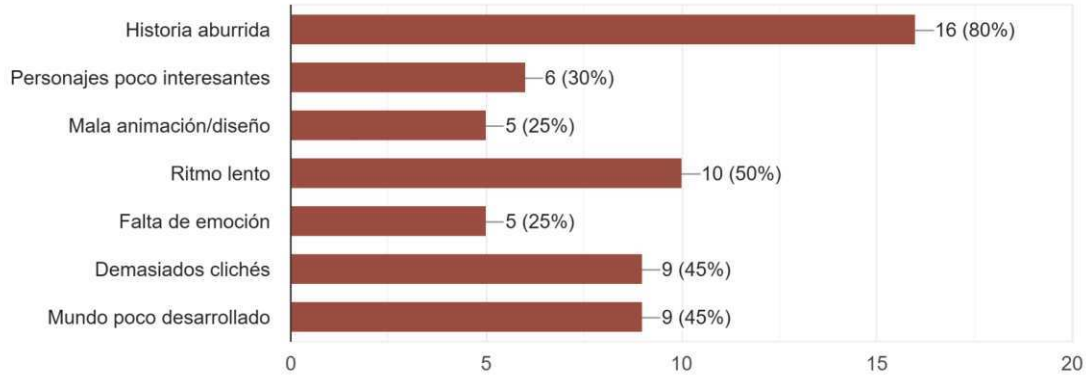
¿Qué temas sientes que faltan más en la animación o videojuegos actuales?

20 respuestas

Falta más desarrollo de personajes profundo y tramas originales que no dependan de la nostalgia.	
Historias profundas, interesantes.	Temas sociales
No sabría qué decir	Centrarse más en la historia que en temas menos importantes o de segundo plano
capaz más juegos que hablen del efecto mariposa(? como until dawn o la saga de twd	Calidad de efectos visuales
Siento que en la animación y los videojuegos actuales faltan más historias interesantes	Historias interesantes
No se	Acoso y grooming
No pensé en eso	Quiza mayor desarrollo de personajes, no suelen gustarme animaciones de comedia por ejemplo o videojuegos tipo sin una historia que seguir
Mundos abiertos más complejos y llamativos	
El demostrar que cada persona es un mundo diferente y cada persona tiene valor a su manera	Falta que los personajes viajen y exploren más otras culturas, tradiciones o festivales del mundo para aprender cosas nuevas de forma entretenida.
Tal vez el mencionar más culturas, hay tantas en el mundo pero se suelen tocar las más conocidas o vistas como más estéticas e interesantes. Sin embargo, todas tienen eso solo que no las profundizan.	Yo diría que cosas relacionadas a la salud mental, como la depresión y ansiedad, creo que falta más representación a esos temas, pero a mayor profundidad.
Originalidad	
Diseños innovadores	

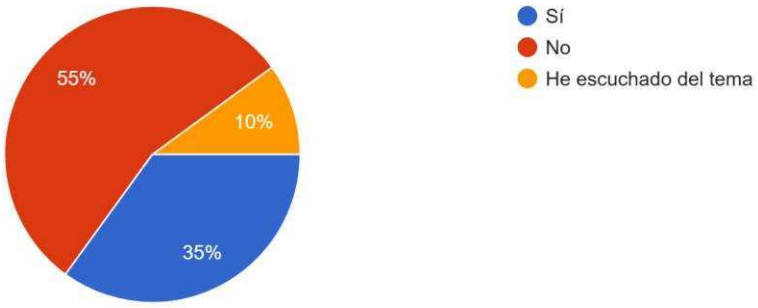
¿Qué aspectos suelen hacer que abandones una serie, cómic o videojuego?

20 respuestas



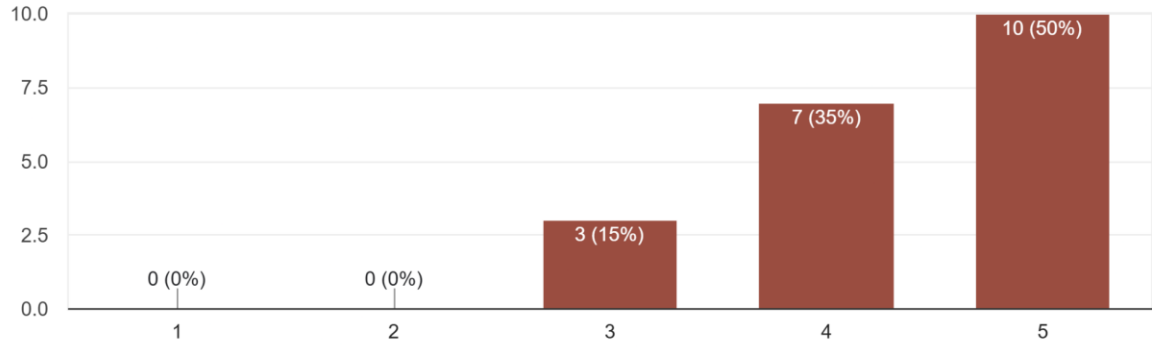
¿Conoces el concepto de narrativa transmedia?

20 respuestas



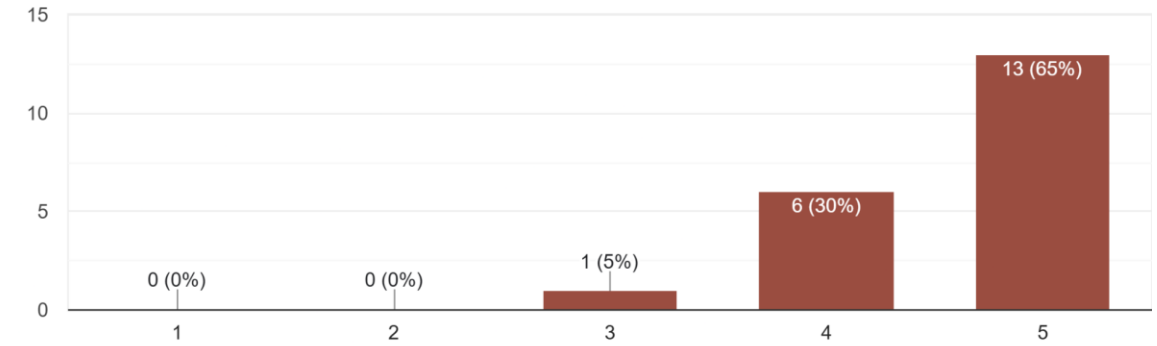
¿Te gusta explorar mundos ficticios complejos?

20 respuestas



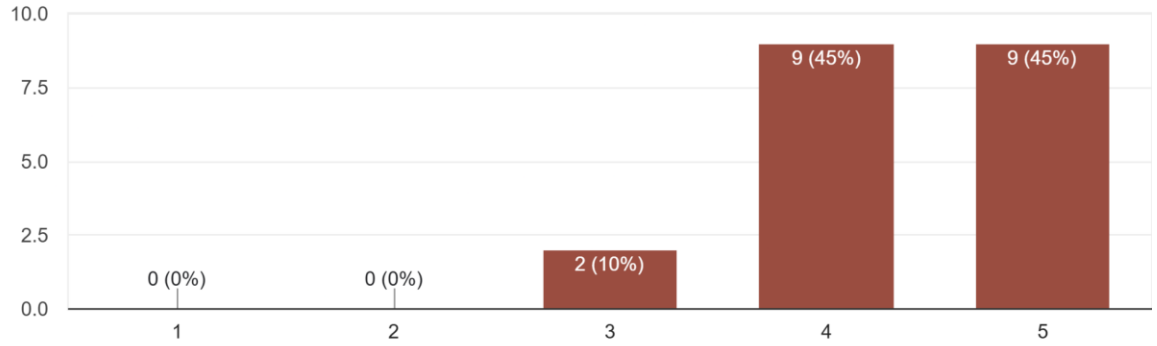
¿Te interesan juegos donde tus decisiones afecten la historia?

20 respuestas



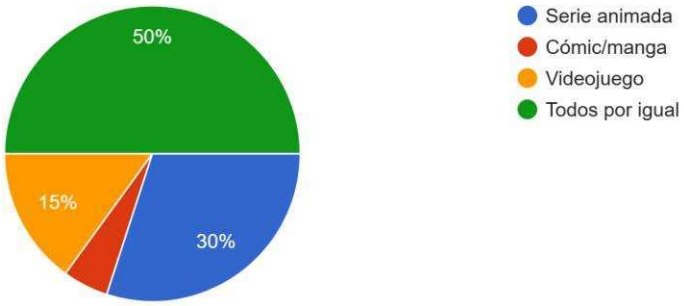
¿Qué tan interesado estarías en seguir una historia en serie, cómic y videojuego?

20 respuestas



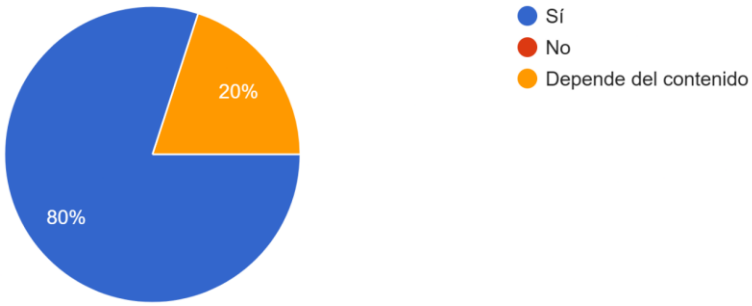
¿Qué formato te interesa más?

20 respuestas



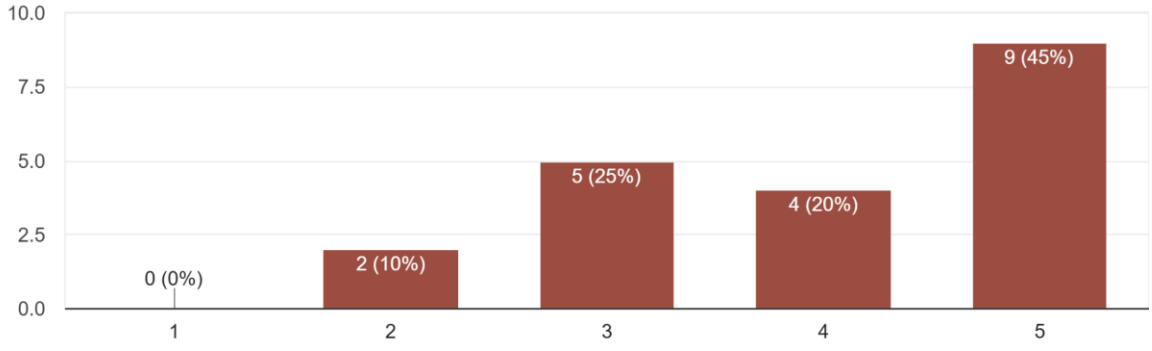
¿Consumirías contenido extra sobre personajes o lore de alguna historia que te guste?

20 respuestas



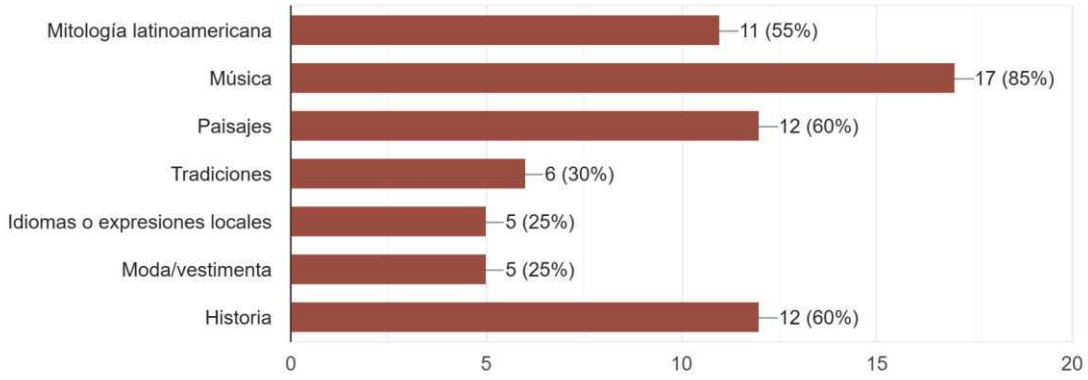
¿Te interesan fandoms o comunidades de historias?

20 respuestas



¿Qué elementos culturales te gustaría ver más en una serie animada?

20 respuestas

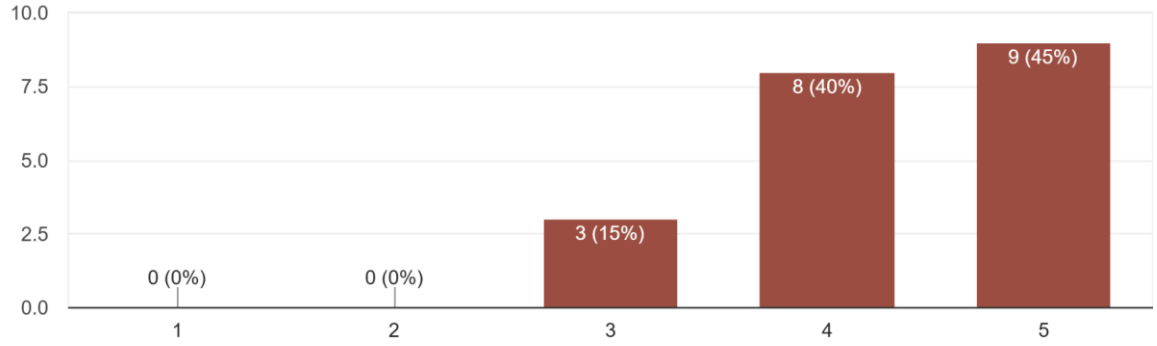


Sobre GHAIAD

Premisa Principal

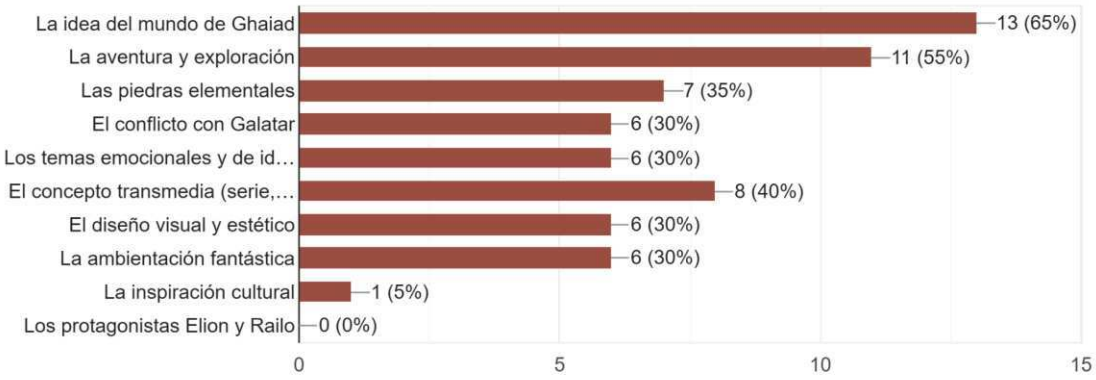
¿Qué te pareció la premisa de GHAIAD?

20 respuestas



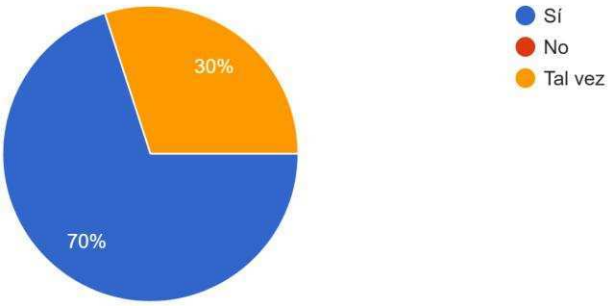
¿Qué fue lo que más te llamó la atención de GHAIAD?

20 respuestas



¿Te interesaría ver una serie animada de GHAIAD?

20 respuestas



¿Que más te gustaria conocer acerca de GHAIAD?

20 respuestas

- Como se desarrollan sus personajes y el mundo donde van a estar.
- Me gustaría conocer la verdadera crueldad del mundo de Ghaiad: cómo funciona la vida de los desterrados y hasta qué punto la corrupción de Galatar ha destruido las aldeas elementales. Quiero ver el contraste entre la belleza de sus paisajes (como los cielos flotantes o los océanos ocultos) y la hostilidad real que sufren quienes habitan en sus rincones más salvajes.
- La personalidad de los dos personajes principales
- Poder conocer a mayor profundidad sus personajes y la historia que hay detrás de ellos.
- Me gustaría conocer más sobre el origen de las piedras elementales, la historia del rey Galatar y cómo eran las aldeas antes de que Ghaiad se corrompiera.
- Sobre sus personajes principales y creo que saber mas info del villano
- Mas que nada sería el descubrir el Origen de Ghaiad
- Me gustaría saber más sobre cómo son los paisajes de las aldeas y qué tipo de criaturas mágicas o monstruos habitan en los bosques y océanos.
- El origen de los personajes, de dónde vienen y qué son xd
- Como es cada personaje, no solo en sus características físicas, su desarrollo y el como son sus decisiones. Puede que uno parezca que escogería o pensaría de alguna manera, usando en realidad tiene otras ideas.
- Quisiera saber más acerca de cómo son los caracteres y la forma de ser de los dos protagonistas
- Que generó de música o melodías manejarían para poder desarrollar la serie y contenido de forma más satisfactoria.
- Algo más acerca de los personajes que se observan en el dibujo
- Que motivos tiene Galatar para reunir las piedras elementales
- Cómo se desarrollan sus personajes y que impacto pueden tener en el futuro
- Me gustaría conocer mucho la historia de la obra y su mundo, si hubo conflictos pasados, algo que definiera el porque el mundo es como es, etc.
- El tema de la conexión entre serie comic y videojuego
- Sus personajes y como se desarrollan entre ellos.
- Que tan parecida a la vida real es, pienso que debe haber caracteristicas para que la serie se sienta real pesa al componente magico
- Probablemente saber más de como llegaron los dos hermanos ahí, faltaria saber el contexto y quiza como se creo el mundo de ghaiad

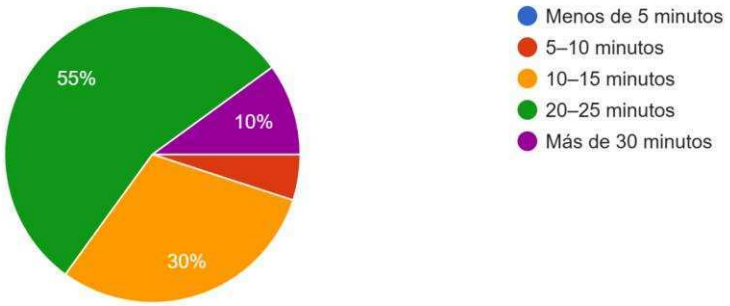
¿Qué haría que una historia como GHAIAD se vuelva especial para ti? (¿Qué agregarias?)

20 respuestas

Se haría especial si hace que me encariñe con los personajes.	
Los protagonistas como la verdadera amenaza: De repente, la narrativa se invierte de forma retorcida. Elion y Railo ya no son los "héroes elegidos"; a los ojos de Ghaiad, son dos parásitos extranjeros egoístas que están dispuestos a saquear los pilares que sostienen un mundo entero solo para volver a sus cómodas vidas cotidianas. Cada piedra que recolectan provoca catástrofes naturales en las aldeas vecinas.	
empatizar con algún personaje en el trayecto de la historia de la serie	
Que la música sea muy linda y los paisajes sean hermosos. Sobre todo que la historia sea interesante y automáticamente me atrapa.	Sería especial si los protagonistas tienen un humor divertido y chocan mucho al principio. Le agregaría que los desterrados del mundo no sean malos, sino aliados con buenas historias.
Haría que GHAIAD sea especial si además de la aventura tuviera personajes con conflictos emocionales profundos	Las amistades, es algo que me gusta mucho de las series, si hay una amistad así bien fuerte e importante en la historia me engancho en ella 👀
Probablemente un desarrollo de personajes profundo	Si los personajes al llegar, dejaron algo atrás, desean volver con desesperación, aceptaron rápido que debían conseguir las 4 piedras, se llevan bien, puede que uno parezca diferente externamente a como es mentalmente, unos suelen ser mentalmente más débiles. Su desarrollo interno o el personaje en sí a profundidad.
Explorar mucho más a profundidad el tema de las piedras elementales	
La evolución y conflictos de sus personajes	Le añadiría más conflictos emocionales, secretos antiguos y decisiones difíciles que cambien a los protagonistas
Más suspenso y terror	
Que sea algo genuino, que sienta el amor dentro de cada dibujo, el alma de los dibujantes y escritores en cada detalle y curiosidades, pero sobretodo que sea algo bien ejecutado	Tipo de animación mix media
Que tenga buenos giros argumentales	
Quizá que tengan aventuras emocionantes y que sus viajes no sean parecidos entre sí.	
Depende mucho de las situaciones y como los protagonistas reaccionen la verdad. Me llama la atencion cuando se cuestionan a sí mismos	
Probablemente los personajes, mientras me pueda identificar con el personaje mejor	

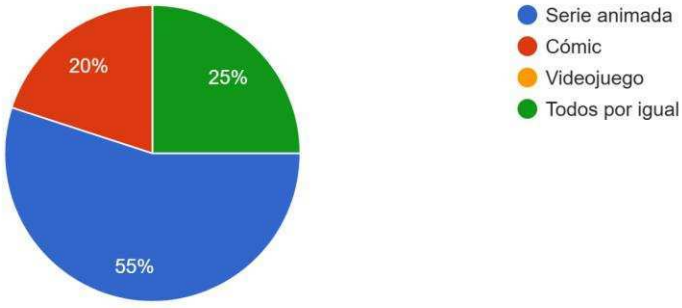
¿Cuanto te gustaria que duraran los capitulos?

20 respuestas



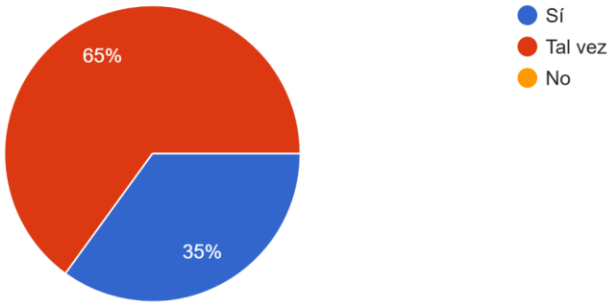
¿Qué formato te interesaría más explorar primero?

20 respuestas



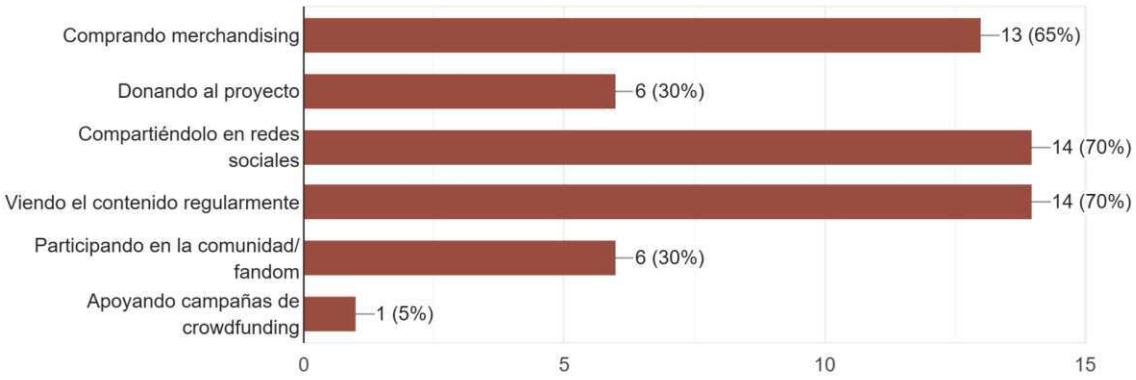
Si llegaras a conectar con la historia de GHAIAD, ¿estarías dispuesto/a a apoyar el proyecto económicamente?

20 respuestas



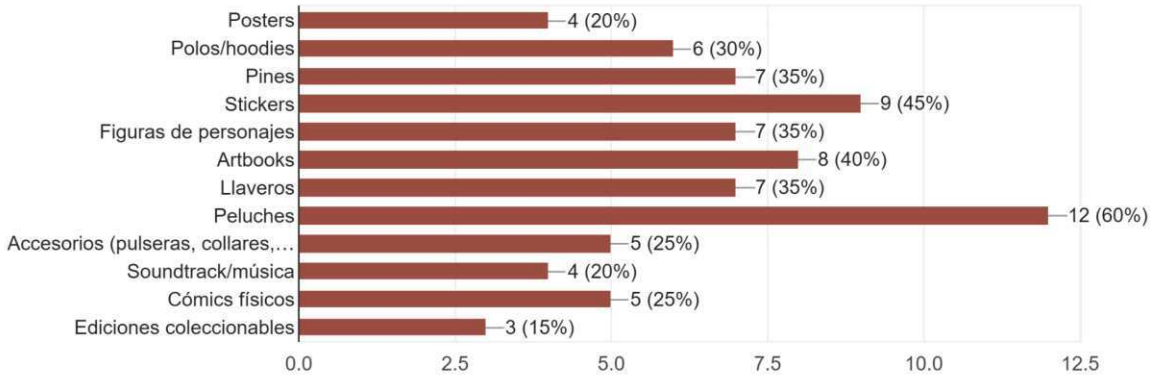
¿De qué manera te sentirías más cómodo/a apoyando el proyecto?

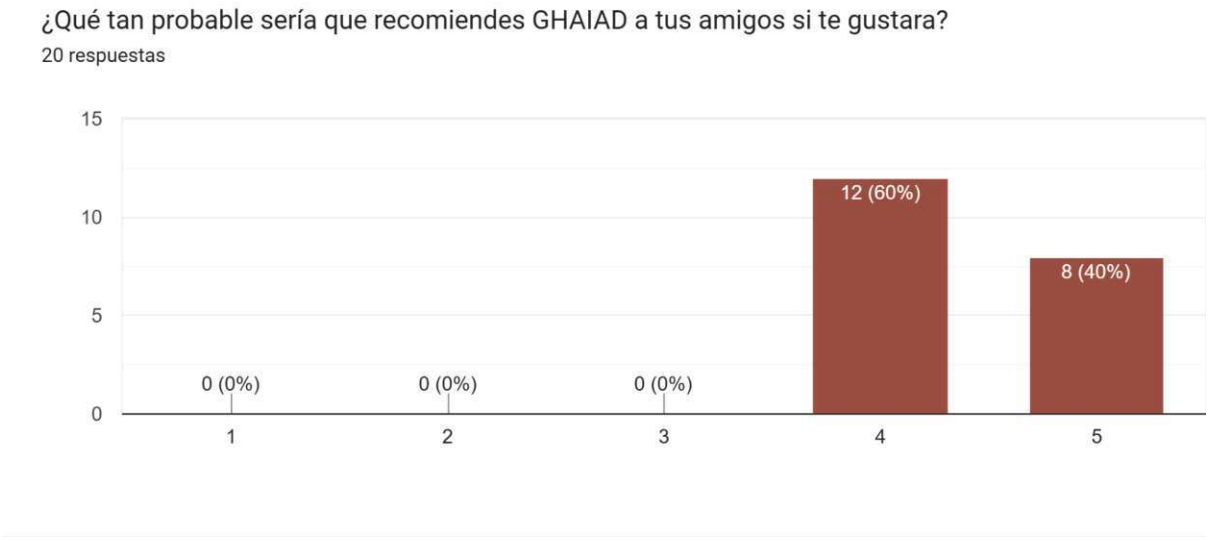
20 respuestas

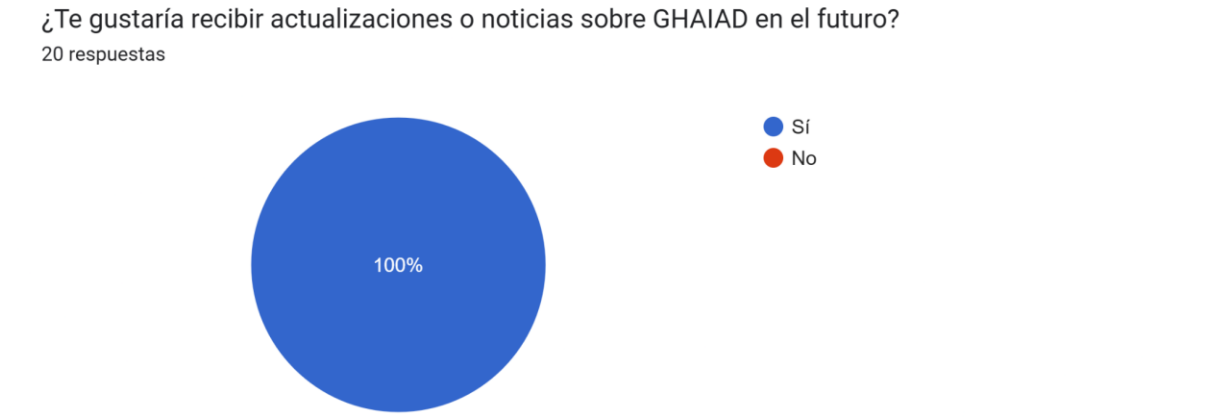


¿Qué tipo de productos de GHAIAD te interesaría comprar?

20 respuestas







6.3 Anexo 3 - Encuestas realizadas por el equipo de Ghaiad.

Sunku Studios (2025). *Encuesta de GHAIAD* [Resultados de la encuesta]. Google Sheets. https://docs.google.com/spreadsheets/d/1eboXCgTuM9Zm_0OaW2z8EVc3Kw7uqGfz-04m2YGy02U/edit?usp=sharing

Sunku Studios (2025). *Encuesta de GHAIAD - Inglés* [Resultados de la encuesta]. Google Sheets. https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DBFhnb2bRnigZnVUz3dIYsIkM0d1tdnpnsYWKmJ9P4A/edit?usp=sharing

6.4 Anexo 4 - Playtesting

Sunku Studios (2025). *Playtesting GHAIAD* [Resultados de la encuesta]. Google Sheets.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bfsSaLKK-GYPt8nRp9kiAEnL9kxKwhnjitGsHfzt-fI/edit?usp=sharing

6.5 Anexo 5 - Trailer de GHAIAD

Sunku Studios (2025). *Trailer de GHAIAD: La serie animada* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=2CpSg9YY-cA

Hat Studios (2025). *Trailer de GHAIAD: Exokuna, el cómic* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=rNCbFqKE1_w