ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

De la Nostalgia Mercantilizada a los Puños de Plata: Estrategia Transmedia en Animación y Videojuego para Subvertir Estereotipos y Visibilizar la Resiliencia del Adulto Mayor en Lima Contemporánea.

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

PRESENTADA POR

Paul Jefferson Campos Caso
DNI: 71729813, Perú

Miranda Lucia Estremadoyro Chavez Alcorta
DNI: 72084860, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

Jasmine Erika Mora Sifuentes
Stephani Sofya Belmonte Vargas Machuca
Michael Anthony Cardenas Solano

Lima, septiembre 2026

Informe-2020001083-0000018779-CAMPOS-ESTREMADOYRO....

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614392382

Fecha de entrega
14 ago 2026, 3:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 3:49 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-2020001083-0000018779-CAMPOS-ESTREMADOYRO.pdf

Tamaño del archivo
10.2 MB

50 páginas

6945 palabras

37.889 caracteres

7% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

2% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
7% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

Dedicatoria

A mis padres que siempre me apoyaron con la carrera, con mis sueños y todo lo que se me ha podido imaginar. También a mi familia y abuelos que seguro les hubiera gustado mucho el proyecto y a los amigos que me ayudaron y acompañaron en el camino y proceso de todo.

- Miranda Estremadoyro

A mis padres, a mi hermano Michael, y a toda mi familia , que me brindan su cariño incondicional siempre y me apoyaron en cada momento. A Abel por todo su gran apoyo durante estos años. A Wendy, Ero, mis grupos de ForeverUs, la Romp.Gang con su carisma y gran amistad incondicional. A mi grupo de ‘Pablos’ y ‘Nabitos’ que me permitieron ser parte de sus maravillosos proyectos en taller. Y a todos quienes me brindaron su cariño durante este camino.

- Paul Jeferson Campos Caso

Agradecimiento

Agradecemos a nuestros padres, familiares y amigos, que nos acompañaron durante este camino e hicieron todo esto posible con su apoyo y cariño.

Igualmente a nuestros docentes y asesores agradecer su guía, conocimiento y recomendaciones que dieron en el desarrollo de este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación **3**

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 4

2.3 Objetivo(s) del proyecto 5

2.4 Marco referencial 5

2.5 Proceso creativo y experimentos 6

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 6

2.5.2 Información sobre el Mercado 8

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 9

2.5.4 Diseño de producto/servicio 11

2.5.5 Modelo de Negocio 13

2.5.6 Resultados esperados 16

2.5.7 Prototipos desarrollados 16

2.5.8 Experimentos 23

III. Estimación de costos **26**

3.1 Presupuesto 26

IV. Conclusiones y recomendaciones **31**

4.1 Conclusiones 31

4.2 Recomendaciones 32

V. Referencias Bibliográficas 33

5.1 Referencias 33

VI. Anexos **34**

6.1 Anexo 1 34

6.2 Anexo 2 34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas 4
Figura 2 Mapa de Actores 5
Figura 3 Arquetipo de Usuario 7
Figura 4 Mapa de Empatía 7
Figura 5 Ruta de Conceptualización 10
Figura 6 Propuesta de Valor 11
Figura 7 Imagen Conceptual del Proyecto 13
Figura 8 Modelo de Negocio 13
Figura 9 Arte conceptual 17
Figura 10 Arte conceptual 17
Figura 11 Arte conceptual 18
Figura 12 Arte conceptual 19
Figura 13 Arte conceptual 19
Figura 14 Arte conceptual 20
Figura 15 Arte conceptual 21
Figura 16 Arte conceptual 21
Figura 17 Arte conceptual 22
Figura 18 Arte conceptual 23
Figura 19 Gastos Generales 27
Figura 20 Gastos de Gestión y Pre-Producción 28
Figura 21 Gastos de Producción y Post-Producción 29
Figura 22 Gastos Generales y de Gestión (Videojuego) 30
Figura 23 Gastos de Pre-Producción , Producción y Música 30

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

De la Nostalgia Mercantilizada a los Puños de Plata: Estrategia Transmedia en Animación y Videojuego para Subvertir Estereotipos y Visibilizar la Resiliencia del Adulto Mayor en Lima Contemporánea.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación 'Duelo de Abuelitas' 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 representación estereotipada del adulto mayor en producciones animadas, teniendo como población beneficiaria a los adolescentes y jóvenes en el rango de 15 a 25 años consumidores de producciones audiovisuales de entretenimiento .

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 una miniserie animada de 10 capítulos, se trata de una producción audiovisual protagonizada por 2 abuelitas rivales que buscan resolver un misterio del pasado teniendo que aliarse y enfrentar diversos peligros, siendo contemplada para ser publicado en diferentes plataformas o festivales.

Para la experimentación se diseñaron prototipos como un trailer animado y una demo jugable para ser adjuntadas y presentadas mediante una encuesta la cual nos sirvió para ver nuestros principales puntos a favor y en contra y terminar de conocer mejor a nuestro público.

Se concluye que la solución propuesta es bastante atrayente y existe un interés en ambos prototipos y se recomienda continuar puliendo detalles técnicos del desarrollo vistos por nuestros encuestados con la finalidad de tener un buen producto que presentar al público.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

‘‘Duelo de abuelitas’’ será un proyecto transmedia el cual consta de un videojuego y una serie corta en formato de animación digital, dirigido principalmente a niños y jóvenes. Se sitúa en Lima Contemporánea, una ciudad caracterizada por la cultura del vínculo familiar estrecho y la presencia significativa del adulto mayor, asociada con la memoria, la nostalgia y la tradición. Sin embargo, en los medios audiovisuales esta representación es escasa, mostrando en su mayoría como personajes frágiles y dependientes (Loos & Ivan, 2018), que no suelen ser más que abuelos sin una imagen propia que comprender o indagar.

El proyecto busca revertir esta tendencia, ofreciendo una imagen alternativa de los personajes mayores como personas sabias, valientes, independientes e individuales para contrarrestar la representación de la vejez con estereotipos negativos o repetitivos, los cuales generan prejuicios sociales y amplían la brecha generacional ya existente.

Se realizará mediante los recursos que nos brinda la creciente industria de la animación digital en el Perú, con la cual se puede llegar a un público más amplio y así generar un impacto, centrado mayormente en contribuir a la reducción de estereotipos negativos; fomentar el respeto; sensibilizar a los jóvenes mediante medios conocidos para ellos como lo que abarca el proyecto transmedia; abrir un espacio de diálogo sobre la vejez en los medios y darle otro propósito a la imagen del adulto mayor donde esté más presente su resiliencia, presencia y creatividad.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad los medios audiovisuales y digitales, presentan una importancia al momento de generar la percepción del espectador ante ciertos grupos poblacionales y sociales, sin embargo no siempre esta representación es la más acertada. En el caso del sector del adulto mayor, esta población sigue estando marcada por fuertes prejuicios y estereotipos que muestran a este sector como personas frágiles, débiles o dependientes. Esta representación contribuye a reforzar dichos prejuicios y la percepción del 'edadismo' (World Health Organization, 2021)

En varias investigaciones se ha demostrado que este problema se refleja en diferentes producciones no solo en series sino también en producciones más grandes como en el cine. Según Ng et al. (2023), tras analizar más de 3000 filmes producidos alrededor del mundo, han presentado al adulto mayor con un rol secundario con aporte limitado en las historias. Igualmente Loos e Ivan (2018), establecen que esta representación del adulto mayor en los medios digitales puede influir en la percepción social sobre este sector, reforzando los estereotipos sociales.

De la misma forma este problema está presente en productos enfocados a una audiencia juvenil, como las series animadas, videojuegos, u otros productos, donde la vejez sigue siendo plasmada como personajes humorísticos, secundarios o de apoyo. Teniendo como consecuencia que los jóvenes tengan una visión más limitada y una representación menos diversa ante al adulto mayor, fomentando la brecha generacional (Ayalon & Tesch-Römer, 2023).

Es por ello que resulta favorable que se presenten propuestas donde se puedan presentar diferentes formas de representación, como las transmedias que ofrecen la elaboración de un universo narrativo donde este mensaje social pueda llevarse a diferentes plataformas y generando una experiencia inmersiva ante los usuarios. (Jenkins, 2006; Scolari, 2013).

Igualmente esta investigación logra alinearse con las ODS 'Objetivos de Desarrollo Sostenible', teniendo como principal la ODS 10 (Reducción de Desigualdades), pero además logra complementarse con otras ODS como la (ODS 4: Educación de Calidad) y la (ODS 16: Paz, Justicia e Instituciones Sólidas)

Figura 1

Árbol de problemas



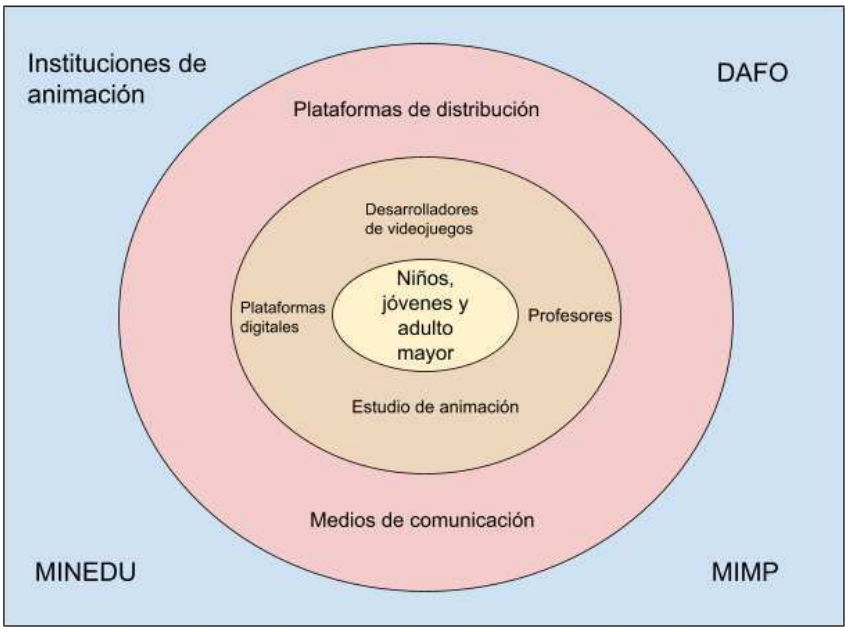
Nota. Elaboración Propia

2.2 Población beneficiaria

Para nuestro proyecto hemos optado por una población beneficiaria enfocada a los niños, jóvenes y a los propios adultos mayores, según lo planteamos en nuestro 'Mapa de Actores', siendo los jóvenes el público principal debido al enfoque de realizarse una propuesta transmedia se logra un acercamiento más dinámico e interesante para plasmar la solución, igualmente la otra población beneficiaria serian los adultos mayores, que indirectamente con el desarrollo de la propuesta logran ser revalorizados. Así mismo el mapa presenta actores clave como estudios de animación, desarrolladores de videojuegos y plataformas digitales que ayudarán con la difusión de la propuesta.

Figura 2:

Mapa de Actores



Nota. Elaboración Propia

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Concientizar sobre el rol del adulto mayor para una mejor representación en los medios audiovisuales mediante un proyecto transmedia, en un periodo de 9 meses, con el fin de observar su impacto en la percepción del público juvenil ,buscando un incremento de al menos 20% en los niveles de empatía y valoración a este grupo etario.

2.4 Marco referencial

En los últimos años las producciones audiovisuales han presentado un mayor interés en mostrar personajes que rompen las imágenes clásicas marcadas por estereotipos , representándolos en un papel más protagónico y con un rol más profundo en la narrativa. En el caso de los adultos mayores, varias producciones internacionales ya han presentado personajes de este sector con una participación activa, independientes y más capas emocionales, mostrando que la vejez no debe ser un impedimento para hacer personajes interesantes o tener una participación constante en la trama. Como plantean Estes y Phillipson (2002), esta representación ha tenido un impacto considerable en la percepción sobre la vejez, ejemplos como ‘Sugar Mama’ en ‘The Proud Family, ‘Muriel Bagge’ en ‘Coraje el Perro Cobarde’ y ‘Toph’ en ‘Avatar: La Leyenda de Korra’, han

mostrado esta nueva tendencia en personajes de avanzada edad que tienen autonomía e importancia en la historia.

Dentro del ámbito nacional, la industria peruana está experimentando un auge en la producción de proyectos que presenten contenido social y diverso al público. Según el Ministerio de Cultura (2021), esto representa un paso favorable para fortalecer la diversidad e inclusión social. Asimismo varios estudios de animación nacionales también han mostrado su interés en generar producciones con este valor social representado en los personajes. Viendo el panorama podemos intuir que 'Duelo De Abuelitas' tiene la oportunidad de presentarse con su propuesta transmedia, combinando el entretenimiento con un factor social.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Mediante una encuesta realizada pudimos obtener una mejor visión en cuanto al público al que queremos llegar, el cual se centra mayormente en jóvenes de entre 18-23 años, los cuales podemos observar una cercanía entre el usuario y su entorno familiar, el cual influye en su percepción al consumir contenido audiovisual donde el cual la representación no suele ser la más acertada o repitiendo una fórmula constante a base de estereotipos o clichés comunes. Esto está siendo reforzado con su alta cercanía con las redes sociales donde comparten sus ideas y puede debatir sobre la representación de ciertos sectores poblacionales dentro de las producciones audiovisuales. Además, gracias a nuestro arquetipo de usuario también podemos observar los insights como que 'No es difícil reconocer el valor del adulto mayor pero si el verlos representados de una manera adecuada en los diferentes medios o productos audiovisuales que se llegan a consumir' , reflejando que la representación suele estar reducida, además que nos presenta que el usuario al consumir muchos productos como series, cuando logra apreciar un proyecto que rompa 'estereotipos' o se va por un terreno más innovador, puede sentirse atraído debido a la novedad que puede generar una curiosidad que invite a consumir el proyecto.

Figura 3:

Arquetipo de Usuario



NOMBRE:	Daniel Alfaro
EDAD:	21 años
OCUPACIÓN:	Estudiante universitario
LUGAR:	Lima
FAMILIA:	Padres, tías y abuelos

DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE

Es un estudiante universitario interesado en las artes, comunicaciones y medios audiovisuales. Juega con sus amigos los fines de semana cuando tiene tiempo y se lleva bien con su familia, comunicándose mayormente por redes sociales con su círculo cercano. Siempre ha admirado a las mujeres de su familia, más a sus abuelas y madre.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES:	PASATIEMPOS E INTERESES:
• Resiliente • Responsable • Trabajador • Creativo • Soñador • Sensible	• Jugar videojuegos en solitario y con sus amistades. • Ver tiktok, instagram y youtube. • Ver series o películas junto a sus abuelos cuando los ve. • Debatir o compartir opiniones por redes sociales. • Cine, proyectos audiovisuales y creativos, arte en general.
OBJETIVOS:	**DESAFÍOS:**
• Ver representaciones más reales de las personas en los medios que consume, sin importar el género. • Descubrir contenido con identidad visual fuerte y memorable, que no sea cliché ni repetitivo.	• Siente que muchas historias repiten fórmula o son muy superficiales. • No sentir representación propia ni familiar en las series nuevas que encuentra, volviéndolo repetitivo. • Siempre ha admirado a su abuela, pero los personajes que ve siempre son infantilización a la vejez o estereotipos simplistas.
NECESIDADES:	**APPS QUE CONSUME**
• Ver mujeres mayores con protagonismo importante, auténtico y con carácter como el de las mujeres que él conoce. • Encontrar profundidad en los personajes de los medios que consume. •	• Tiktok • Instagram • Youtube

Nota. Elaboración Propia

Figura 4:

Mapa de Empatía



Nota. Elaboración propia

2.5.2 Información sobre el Mercado

En los últimos años se ha presentado un contexto donde varias producciones han reflejado un interés creciente en propuestas donde se busque plasmar la diversidad y romper con los estereotipos y prejuicios, esto sumado a la masificación global entre los jóvenes debido al uso de redes sociales y consumo de contenido audiovisual entre series o videojuegos, se observa una mayor concientización sobre las representación social dentro de producciones transmedia.

A pesar del auge de la conciencia social en las producciones modernas, todavía existe cierta limitación entre la presencia del adulto mayor en estos proyectos dirigidos al público juvenil, siendo aún reflejados mediante ciertas creencias, y limitando su participación activa o siendo relegados a roles secundarios, siendo pocos los proyectos que se arriesgan a experimentar diferentes narrativas usando a este sector población en un roles más protagónicos, produciendo una oportunidad no aprovechada en proponer productos más innovadores que sean capaces de conectar con las nuevas generaciones, que tengan de manera más integrada la inclusividad y reducir las desigualdades como plantea la ODS 10.

Dentro del contexto nacional, no se han desarrollado demasiadas producciones audiovisuales que cuenten con el enfoque de la representación social y menos con la presencia activa del adulto mayor. Sin embargo se debe mencionar que gracias al crecimiento en la industria de animación y videojuegos en el Perú, junto a la expansión del consumo de proyectos transmedia, ofrecen un contexto favorable para desarrollar un proyecto innovador que ofrezca un enfoque emocional y social.

A nivel internacional si se han llegado a reflejar proyectos o ideas donde si bien se ha mostrado más interés en tener al adulto mayor como figura más presente, no todos presentan cualidades que nuestro proyecto podría ofrecer, como el ser un proyecto transmedia, o aún tener estereotipos presentes, o el público dirigido, siendo nuestro proyecto una oportunidad para conectar con los jóvenes.

Entre los desafíos y retos que podríamos encontrar la llevar a cabo este proyecto, podría verse por el lado financiero que al ser un proyecto independiente requiera una campaña de financiación que puede ir desde crowdfunding, donaciones, búsqueda de apoyo de convocatorias como las realizadas por el Ministerio de Cultura, o festivales de proyectos audiovisuales, o entre otras opciones que podrían brindar un apoyo económico en la realización del proyecto. Otros desafíos podrían darse en lograr conectar y llegar a una gran cantidad de público que para ello buscamos con una campaña de promoción extensa como en redes sociales, o eventos interactivos que capten la atención del espectador, donde pueda expandirse y compartirse de manera dinámica y fluida. En las barreras tecnológicas recurrimos al uso de softwares de animación y programación como Toom Boom, After Effects, además del equipo hardware como las tabletas, computadores , que serán indispensables para el desarrollo del proyecto. En el aspecto legal buscamos registrar la marca ante instituciones validades como Indecopi que ofrezcan el respaldo legal y evitando problemas futuros.

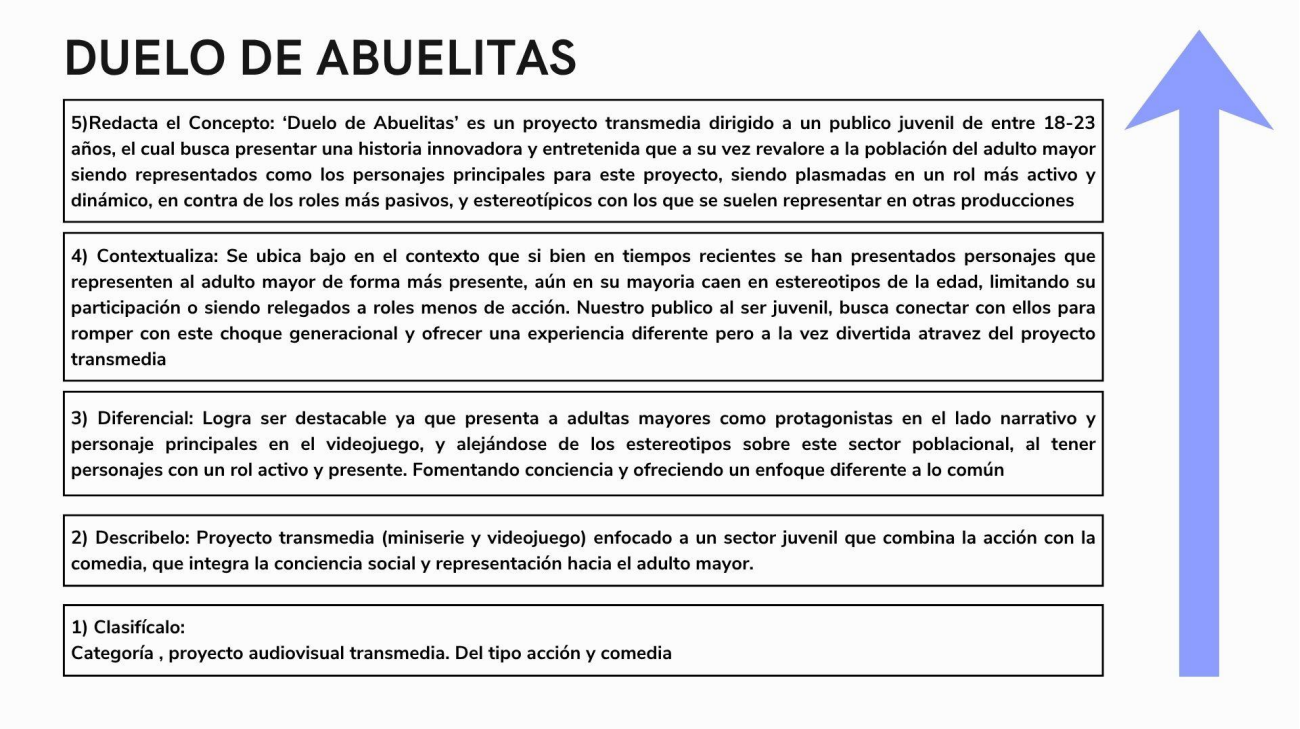
'Duelo de Abuelitas' se perfila para un público joven de entre 18-23 años gracias a nuestro arquetipo de usuario, pertenecientes a una situación estudiantil o de trabajador, y según a nuestra encuesta realizada, son un público que constantemente es consumidor de las producciones audiovisuales en plataformas como Netflix, Prime Video, etc. Además de tener una alta presencia en redes sociales que permiten compartir ideas, opiniones, donde a su vez se ve que son atraídos por historias innovadoras, proyectos con acción o comedia, donde también está presente el factor emocional o social.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Gracias al SCAMPER (Anexo 1) se logró reforzar nuestro concepto y observar los posibles panoramas y cambios que podrían darse, reflejando la versatilidad y capacidad de adaptabilidad de nuestra idea. Viendo la ruta de conceptualización para 'Duelo de Abuelitas' hemos podido visualizar y tener en cuenta las características clave de nuestro proyecto, además de nuestro valor diferencial representativo, y tomando en cuenta el

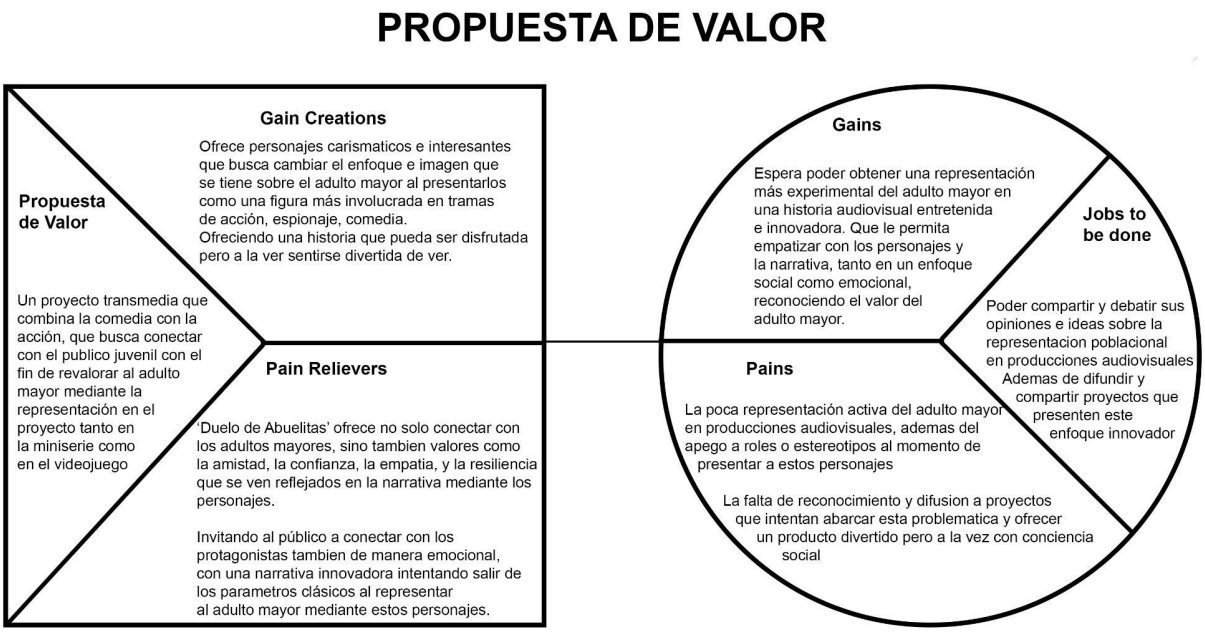
contexto presente para llevarlo a cabo. Además gracias a la propuesta de valor, logramos empatizar con el público y ofrecer no solo un producto entretenido y divertido, sino uno que conectar, y tenga la capacidad de generar la conciencia social que buscamos a través de la narrativa transmedia.

Figura 5:
Ruta de Conceptualización



Nota. Elaboración propia

Figura 6:
Propuesta de Valor



Nota. Elaboración propia

2.5.4 Diseño de producto/servicio

‘‘Duelo de Abuelitas’’ es un proyecto transmedia en formato de animación 2D que tiene como protagonistas dos señoras mayores, ya abuelas, que a pesar de estar peleadas por problemas del pasado cuando todavía eran espías, tendrán que aliarse al reencontrarse para rescatar a sus nietos de un villano en común, redescubriendo y demostrando que a pesar de su avanzada edad, no son débiles, frágiles ni dependientes, además de profundizar en los lazos familiares y amicales.

Contará con una miniserie de 10 capítulos con una duración de 11 minutos cada uno, de comedia ligera y dirigido al público objetivo descrito en el arquetipo, el cual de igual manera va aplicado a lo que sería el videojuego, un shooter de pelea multijugador 1v1 que busca promover la sana competencia, mejorar la interacción y a su vez incluir personajes más inclusivos y memorables, debido a la notoria ausencia de personajes mayores que no siguen un estereotipo repetitivo y que los reduce como personas. Este

proyecto será presentado con un trailer animado y una demo, donde los usuarios podrán descubrir y encontrar contenido nuevo, más narrativa e incentivos de exploración al haber ocultado códigos que podrán utilizar en el videojuego, siendo esta una sección mayormente interactiva, ambientada en videojuegos de detectives y espías, con códigos secretos y pistas.

La propuesta de valor que tenemos, además de las protagonistas que son abuelas, es sumar el toque de comedia de las batallas utilizando un concepto 2D de repostería tanto en la miniserie como en el videojuego, además de brindar entretenimiento original que busca romper estereotipos y brindar una representación positiva a los adultos mayores, principalmente mujeres, en los medios audiovisuales, buscando que más personas puedan cambiar su perspectiva, divertirse y hasta sentirse representados ya que la mayoría no ha pensado ni conocido a sus abuelos en un entorno no familiar, olvidando que también pueden ser personas muy activas y capaces, con intereses y gustos propios.

El proyecto, según el triple balance, estaría contribuyendo en el aspecto social a la diversificación de las representaciones femeninas, específicamente pero no reducido a la vejez, mediante protagonistas auténticas, activas y complejas, además de fuertes y valientes, promoviendo una percepción más inclusiva en espacios multimedia, narrativos y culturales, incentivando a los jóvenes también a abrir sus temas de conversación sobre la edad y la representación. En el aspecto del impacto ambiental, se promueve una distribución principalmente digital, disminuyendo la contaminación y producción física excesiva, optimizando estos recursos y enfocando en que sea duradero y significativo. Por último, al ser un proyecto transmedia desarrollado y promocionado mayormente en digital, puede tener un impacto económico positivo, debido también a su audiencia que busca experiencias más auténticas y complejas a pesar de la comedia, alineándose con tendencias actuales y el valor simbólico.

Figura 7:

Imagen Conceptual del Proyecto

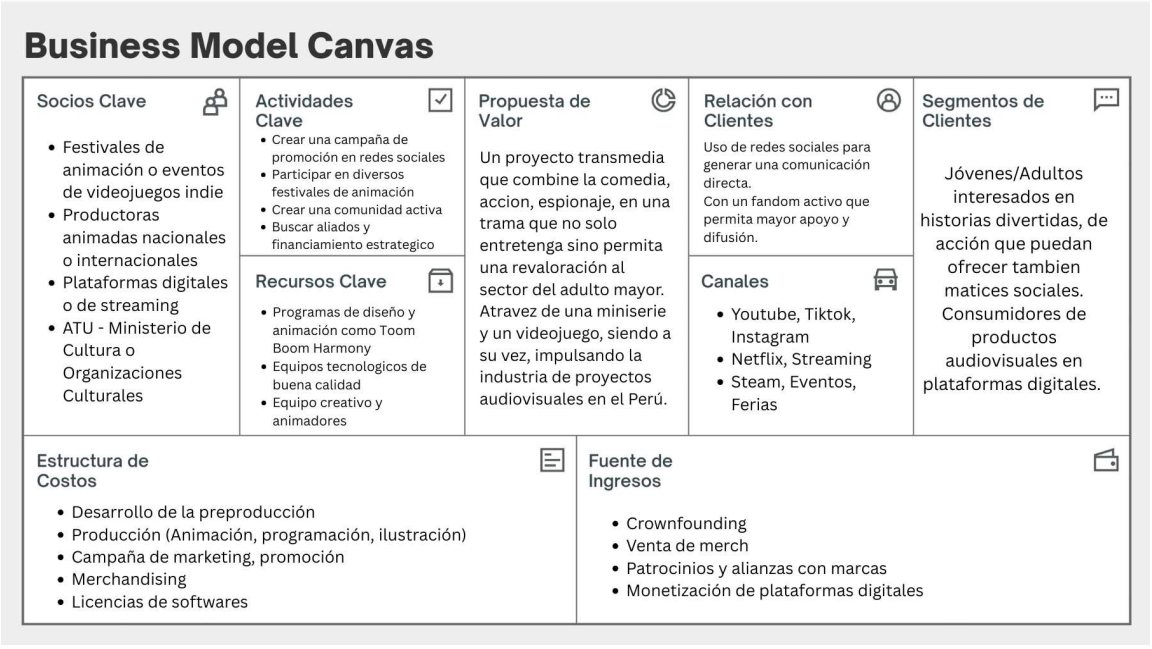


Nota. Elaboración propia

2.5.5 Modelo de Negocio

Figura 8:

Modelo de Negocio



Nota. Elaboración propia

Viendo y analizando nuestro modelo de negocio podemos identificar muchos factores clave para hacer nuestro proyecto de manera viable, ya habiendo mencionado la propuesta de valor siendo un proyecto transmedia que no solo busque entretener y divertir, sino llevar el mensaje de conciencia social y cultural al adulto mayor, esto mediante el formato de serie y videojuego que permite un desarrollo mucho más entretenido que combina la comedia, la acción, el espionaje y valores. Siendo no solo la propuesta del producto sino también del impulso de este tipo de proyectos en el Perú

Además gracias al Model Canvas también se logra reconocer los canales de distribución los cuales serían plataformas digitales como Youtube, Tiktok, Instagram para el uso de crear contenido promocional o difusión de la serie, Netflix u otros servicios de streaming como distribución de la misma, y Steam como plataforma principal para distribuir y publicar el videojuego. El cual como también se dijo, sería para un público juvenil que sea consumidor de producciones audiovisuales y de historias entretenidas con un mensaje social de fondo.

En lo que respecta al tema de costos y financiamiento se puede reconocer muchos aspectos. Viendo que nuestra estructura de costos se basa en el tema de la producción del producto en apartados como animación, programación del mismo y además de la campaña de marketing que vendría acompañada en conjunto con la elaboración de mercancía que sea a su vez también una fuente de ingreso, considerando también otras fuentes como el crowdfunding a través de plataformas como Patreon o Ko-fi el cual es un método bastante común en producciones animadas independientes o la búsqueda de patrocinios y alianzas con posibles marcas u organizaciones que vean potencial a nuestra propuesta y busquen colaboraciones con la misma. Sin olvidar la propia plataforma de Youtube que permite generar ingresos a base de la monetización de los vídeos por visitas, siendo esto también una manera de difundir nuestro proyecto y lograr captar atención no solo del público sino de posibles alianzas con otras compañías. Mencionando los socios claves tal cuales como se dijo el apoyo de las plataformas de

streaming como Netflix o Prime Video, también resaltar otras alianzas como la búsqueda de festivales de animación o videojuegos donde se pueda no solo presentar nuestro proyecto al público sino también generar una red de contactos con posibles casas animadas o productoras audiovisuales. Otra alternativa es buscar financiamiento a través de organizaciones estatales como del Ministerio de Cultura como el programa de DAFO el cual apoya e impulsa a la creación de proyectos audiovisuales en el Perú ofreciendo un apoyo económico para su creación.

Como se dijo el financiamiento sería importante para lograr hacer sostenible la estructura de costos pero a su vez los recursos clave que serán necesarios para la elaboración de la propuesta, como la obtención de equipos tecnológicos como PCs o tabletas de buena calidad que permitan el desarrollo de la producción del mismo, así como el optar por un equipo creativo capacitado que ofrezca su rendimiento en el apartado de desarrollo como la animación o programación, además de las posibles licencias de los softwares que se necesitaran para llevar a cabo la producción.

Respecto a la relación con los clientes, como se mencionó, se buscará fomentar una campaña de marketing en redes sociales la cual permita la creación de una comunidad o 'fan base' sólida y activa, que además de brindar su apoyo también puedan difundir el proyecto ya sea compartiendo, generando contenido, comentando entre otras alternativas de apoyo, manteniendo una relación cercana y sana con el público.

Se puede concluir que gracias al modelo de negocio logramos identificar los elementos importante para el desarrollo del proyecto, logrando que tenga un resultado viable y esencial, repasando puntos como la propuesta de valor, el público objetivo y aspectos como la fuente de ingresos, socios clave, estructura de costos que van enfocados en hacer económicamente sostenible, y gracias a los canales o a las actividades clave poder llegar a difundir nuestro proyecto de manera equilibrada.

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que con 'Duelo de Abuelitas' se logre un alcance bastante prometedor entre los jóvenes, logrando una acercamiento más agilizado tanto con la miniserie como con el videojuego, además de un recibimiento favorable en redes sociales consiguiendo un público fiel y constante. Y con ello lograr que la comunidad formada pueda seguir apoyando al proyecto tanto en visibilidad como económicamente. Igualmente se esperar un impacto positivo con la miniserie logrando llevar ese mensaje de revaloración social y cultural entre el público objetivo, con el fin de generar una mejor representación en la industria en base al adulto mayor y para ello se espera igualmente que la propuesta logre establecerse como un representante destacable entre las producciones audiovisuales. Con ello nos ofrece mejores oportunidades en el mercado para posicionar nuestra propuesta y lograr objetivos como un financiamiento sólido o una distribución masificada en plataformas como Netflix u otros servicios de streaming.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Nuestro primer prototipo realizado para el proyecto fue arte conceptual de lo que sería el tráiler de la miniserie, comenzando por los bocetos de los personajes principales, el universo y el bosquejo de ideas.

Figura 9:

Arte Conceptual Ceci



Nota. Elaboración Propia

Figura 10:

Arte Conceptual Gladys



Nota. Elaboración Propia

Como nuestro proyecto también abarca su enemistad desde sus tiempos pasados, se incluyen bocetos de su era de espías y las primeras locaciones que se ven la serie animada.

Figura 11:
Arte Conceptual Ceci y Gladys jovenes



Nota. Elaboración Propia

Figura 12:

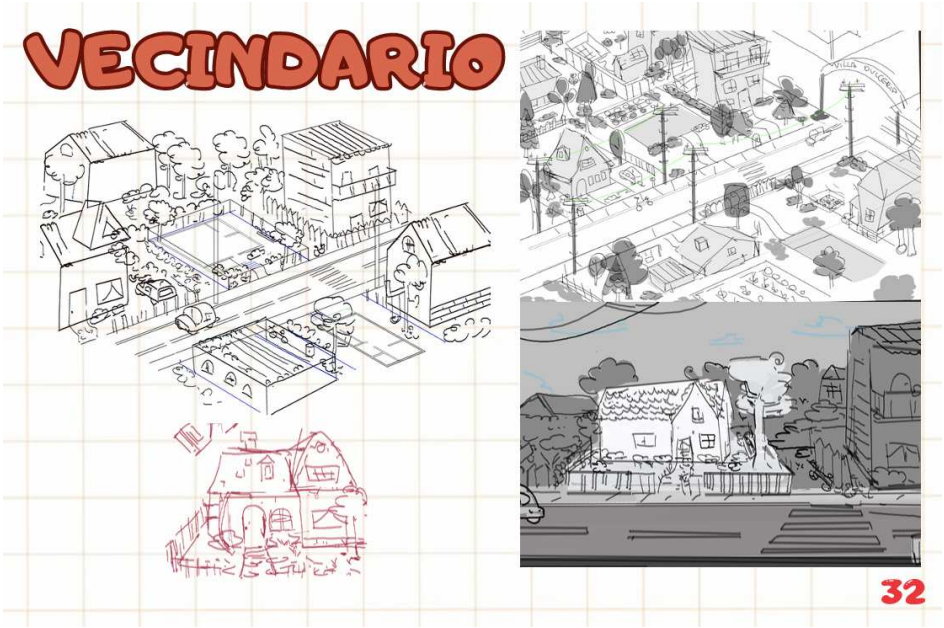
Arte Conceptual nietos



Nota. Elaboración Propia

Figura 13:

Arte Conceptual vecindario



Nota. Elaboración Propia

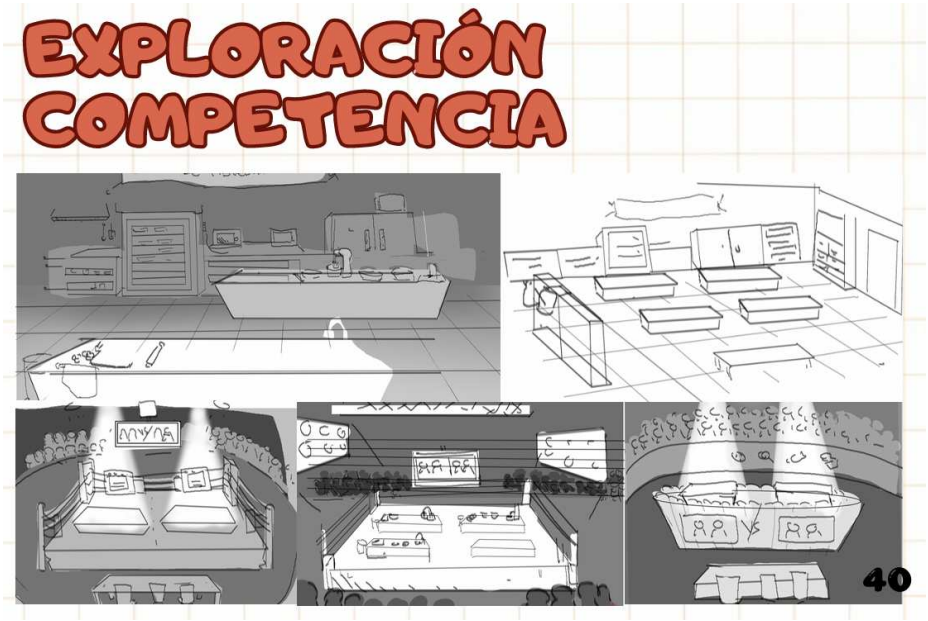
Figura 14:
Arte Conceptual casas



Nota. Elaboración Propia

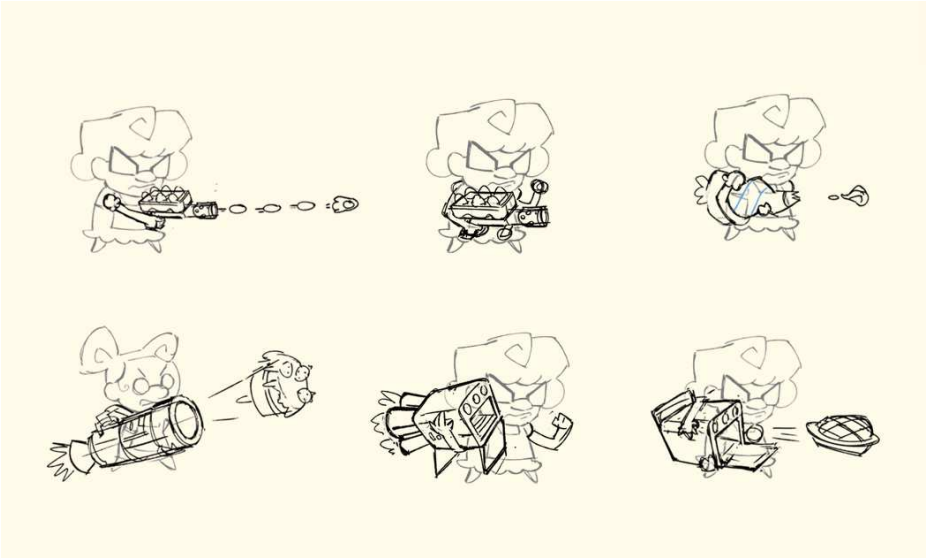
Al ser un proyecto transmedia, se trabajaron de igual forma los prototipos del videojuego o de la serie, ambientados en un dulce ring de pelea donde las abuelas pueden competir para demostrar quién es la mejor.

Figura 15:
Arte Conceptual Competencia de Videojuego



Nota. Elaboración Propia

Figura 16:
Arte Conceptual principal de las personajes principales en el videojuego.



Nota. Elaboración Propia

De igual manera se desarrolló el prototipo del videojuego como la pantalla de inicio y lo que verían los jugadores en pantalla.

Figura 17:
Arte Conceptual primera página del videojuego



Nota. Elaboración Propia

Por último, el prototipo de un menú interactivo que nos ayudaría a ganar interés en el proyecto por su dinamismo y posibilidad de participación al ser interactivo.

Figura 18:

Arte Conceptual Menú Interactivo



Nota. Elaboración Propia

2.5.8 Experimentos

Viéndose necesario poner a prueba el interés del público por la propuesta, se realizó una encuesta mediante 'Google Forms' (Anexo 2) con una serie de preguntas entre cerradas y abiertas con la finalidad de reconocer de mejor manera nuestras fortalezas que deberemos impulsar así como debilidades que debemos resolver, además de entender mejor la percepción de los usuarios ante nuestra idea.

Para realizar la encuesta se presentó además un trailer del proyecto que sirve como prototipo visual que ayudará a conseguir opiniones más objetivas y entendibles respecto a la propuesta. Iniciando con preguntas del tipo demográficas de edad y género, se pudo observar que efectivamente nuestro público principal es el juvenil, entre los rangos de 19-22 con un 22.2% de los resultados y el 22-25 con una mayoría del 63%

Continuando con el otro grupo de preguntas, estas son dirigidas con la finalidad de conocer a nuestros encuestados ante su postura frente a las producciones audiovisuales y

conocer su constancia de flujo de estas, además de reconocer las principales plataformas donde se llega a consumir este contenido. Viendo los resultados se observa que nuestros usuarios consumen producciones animadas con una constancia bastante recurrente, yendo en su mayoría por consumir este contenido varias veces por semana con un 59.3% pero también es destacar los demás porcentajes con un 18.5% que lo consume de forma más ocasional y un 14.8% que lo hace de forma diaria.

Un hallazgo realmente importante es observar las principales plataformas de consumo de este contenido según nuestros encuestados, ya que nos permite identificar las principales sitios de mayor afluencia e interés del público, que podemos visualizar y tener en cuenta dichos canales importantes, entre las respuestas más notorias mencionan plataformas como Netflix, Disney+, Prime Video, las cuales son grandes plataformas en el mundo del streaming, entre la otra gran plataforma consumida por los usuarios es Youtube, que suele albergar bastante contenido animado, sobre todo cuando es del tipo de producciones independientes o en pleno ascenso, la cual gracias a su fácil acceso, ayuda a ser compartida y vista con mayor facilidad. Pudiendo generar contenido desde esa plataforma y poco a poco generar la atención entre el público.

Las siguientes preguntas se basan en conocer qué tipo de series animadas les gusta consumir mayormente y a su vez conocer las series consumidas recientemente con la finalidad de identificar elementos característicos entre estas y tener en cuenta un posible patrón atractivo entre sí, entre las respuestas se reconocen nombres de producciones corporativas como ‘Hora de Aventura’ , ‘Steven Universe’, ‘Un Show Más’, ‘Smiling Friends’ entre otras, las cuales también tienen un carácter enfocados al público adolecente juvenil, pero también se logran ver nombres de producciones independientes como ‘The Amazing Digital Circus’, ‘Gameoverse’, mostrando el interés de los usuarios por estas producciones indie y el gran apoyo que están recibiendo en los últimos tiempos. En lo que respecta a los géneros más vistos según los encuestados se presenta la preferencia por producciones inclinadas a un género de acción y comedia,

exactamente como nuestra propuesta plantea, generando un producto que sea divertido pero a la vez enganchante narrativamente.

Luego de ello el siguiente bloque consiste en preguntas que nos adentran al tema de nuestra problemática, preguntando primeramente sobre la opinión de los usuarios de la importancia de la representación del adulto mayor en estas producciones siendo en su mayoría de manera positiva o neutral. A su vez se hizo una pregunta abierta donde se planteó saber cuales podrian ser los principales desafíos o estereotipos de este sector al momento de ser representados, obteniendo varias respuestas y opiniones diversas pero entre ellas las más destacables son ponerlas en un rol de un personaje serio, aburrido, lento o frágiles, siendo en su mayoría siendo relegados a roles de participación secundarios sin tanta participación principal, sin embargo también se logró reconocer opiniones como una representación de un personaje sabio y razonable, producto de la idea de los adultos mayores poseen una mayor experiencia debido a la edad.

Se consultó también sobre el deseo de los usuarios por la idea de consumir una producción que presente al adulto mayor dentro de un rol protagónico, teniendo un gran porcentaje de respuestas positivas con más del 74.1% , demostrando el interés por la propuesta. A su vez también hemos preguntado sobre posibles personajes existentes en otras producciones que podrían recordar que hayan tenido un rol protagónico o más activo, si bien hubo respuestas en blanco o en duda, si hubo mención de ciertos personajes existentes que cumplen con estas características como el ‘Tío Stan’ en ‘Gravity Falls’ , ‘Alma Madrigal’ en ‘Encanto’ son ejemplos de personajes cuyo rol es más presente en la obra.

Finalmente el último grupo de preguntas corresponden a aquellas luego de haber visualizado nuestro trailer , los usuarios han concordado que nuestra propuesta es perfectamente entendible y llamativa, recibiendo respuestas altamente positivas. Luego de ello se realizan 2 preguntas abiertas bastante importantes, la primera consistiendo en averiguar cuáles fueron los elementos o aspectos más llamativos de nuestra idea, con la

finalidad de reforzar esos aspectos e impulsarlos. Entre varias respuestas podemos resumen en puntos como el aspecto visual que presenta un estilo de arte colorido y atractivo, además de la premisa narrativa de los personajes, el concepto del mundo, entre más puntos, pero de igual forma fue necesario saber nuestras debilidades y puntos a mejorar a futuro, entre las respuestas que encontramos fueron la de pulir el apartado técnico como detalles de la mezcla de sonido, las voces de los personajes, fueron los principales puntos que se mencionan a mejorar.

Resumiendo podemos concluir que la fase de experimentos ha sido exitosa, conociendo mejor a nuestro público logramos reconocerlo de mejor forma y también conocer sus gustos y preferencias en el contenido que consumen, además de las principales plataformas donde se consume este tipo de material audiovisual, también logramos saber sus opiniones ante la problemática y reconocen la importancia de la misma, viendo de la misma forma las respuesta ante la propuesta teniendo un promedio de respuestas positivas y motivadoras que debemos impulsar y llevar a cabo, pero también reconociendo aspectos que deberemos mejorar para ofrecer un producto de calidad y que sea llamativo a los usuarios.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Para el desarrollo de la propuesta de ‘Duelo de Abuelitas’ es necesario analizar el factor económico, segmentando la producción por fases clave y tomando en cuenta las diferentes formas de financiamiento posibles ya vistas anteriormente gracias al modelo canvas. Al tratarse de un proyecto transmedia es esencial organizar cada parte de la transmedia con su respectivo presupuesto y fases de desarrollo. Además de los demás gastos como los recursos clave para realizar de manera efectiva la producción de la transmedia.

Iniciando con el tema de la serie animada, lo indispensable es realizar en primera instancia un primer piloto animado que sirva como carta de presentación al público y como material para ser presentado en diferentes lugares con el fin de buscar socios clave que favorezcan el desarrollo del proyecto. Para este piloto animado debemos dividir el presupuesto en varios elementos. Primeramente con los gastos generales contables, el cual abarca aspectos jurídicos como el registro de la obra y marca ante Indecopi, con la finalidad de recibir la protección de derechos de autor correspondiente, este primer aspecto nos da un costo cercano a los s/625 , el otro gasto general, es el aspecto de estudio que abarca la parte de almacenamiento digital en la nube, que nos permitirá organizar y respaldar los archivos que se usarán para el proyecto de manera online, además de buscar la presencia de un contador, este segundo aspecto nos da un aproximado de s/1701 soles, todo esto y los demás elementos presupuestarios siendo representados en tablas organizadas.

Figura 19:

Gastos Generales

1	**GASTOS GENERALES CONTABLES**					
1.1	**ASPECTOS JURÍDICOS**					
1.1.2	Registro de OBRA (Copyright / Derechos de Autor) en Indecopi	PAGO UNICO	1	S/.90,10	S/.90,10	S/.0,00
1.1.3	Registrar la marca de producto o servicio de tu negocio en Indecopi	PAGO	1	S/.534,90	S/.534,90	S/.0,03
1.2	**ASPECTOS DE ESTUDIO**					
1.1.2	Almacen de archivos (Google Cloud 1 año 2TB)	PAGO	1	S/360,00	S/.360,00	S/.0,02
1.1.3	Contador	MESES	9	S/150,00	S/.1.350,00	S/.0,07

Nota. Elaboración Propia

El siguiente gasto es la gestión de la producción general, la cual abarca los principales involucrados que se encargaran en dirigir y llevar en buen rumbo la producción del proyecto. Como un productor general, director de arte, director de sonido, director general, entre otros son necesarios para el desarrollo eficaz de la producción.

Adentrándonos en la fase de producción como tal, esta se subdivide en 3 grupos: Pre Producción, Producción y Post Producción. Las cuales cada una también tiene sus

propios elementos. Como en la etapa de Pre-Producción, que se caracteriza por ser la etapa inicial donde se definen elementos como diseño de personajes, concept art, storyboard, animatic, y la grabación de las voces para los personajes.

Figura 20:

Gastos de Gestión y Pre Producción

2	GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GENERAL						
2,1	GUIÓN, DIRECCIÓN Y JEFES DE ÁREA						S/.130.250,00
2.1.1	Productor General	MESES	9	S/.1.500,00	S/.13.500,00	S/.0,68	5%
2.1.2	Dirección general del proyecto 1	ANUAL	9	S/.1.500,00	S/.13.500,00	S/.0,68	5%
2.1.3	Guionista	PAQUETE	1	S/.4.000,00	S/.4.000,00	S/.0,20	2%
2.1.4	Script Doctor	PAQUETE	1	S/.2.000,00	S/.2.000,00	S/.0,10	
2.1.5	Productor de línea	MESES	5	S/.1.450,00	S/.7.250,00	S/.0,36	
2.1.6	Dirección de Arte Mid-Level	MESES	9	S/.6.000,00	S/.54.000,00	S/.2,70	
2.1.7	Dirección de Animación	MESES	5	S/.6.000,00	S/.30.000,00	S/.1,50	
2.1.8	Director de sonido	MESES	1	S/.6.000,00	S/.6.000,00	S/.0,30	
2.1.9			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
	PRE PRODUCCIÓN						
2,3	DISEÑO DE PERSONAJES, ESCENARIOS Y PROPS						S/.14.500,00
2.3.5	Concept Artist 1: Enfocado en character design	MESES	1	S/.2.500,00	S/.2.500,00	S/.0,13	
2.3.6	Concept Artist 2: Enfocado en Background Artist	MESES	2	S/.2.500,00	S/.5.000,00	S/.0,25	
2.3.8	Concept Artist 3 + Prop Designer 2	MESES	2	S/.3.500,00	S/.7.000,00	S/.0,35	
2,4	STORYBOARD Y ANIMATIC						S/.9.600,00
2.4.1	Lead Storyboardista (Animatic)	MESES	2	S/.3.000,00	S/.6.000,00	S/.0,30	
2.4.2	Storyboarder 1	MESES	2	S/.1.800,00	S/.3.600,00	S/.0,18	
2.4.3			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
2,5	GRABACIÓN DE VOZ						S/.3.800,00
2.5.1	PERSONAJE 1 - VOICE ACTOR-CECI	PAGO	1	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/.0,06	
2.5.2	PERSONAJE 2 - VOICE ACTOR-GLADYS	PAGO	1	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/.0,06	
2.5.3	PERSONAJE 3 - VOICE ACTOR-AGAPITA	PAGO	1	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/.0,06	
2.5.5			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
2.5.6			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
2.5.7			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
2.5.8	PERSONAJE 7 - VOICE ACTOR EXTRA ROGELIO	PAGO	1	S/.200,00	S/.200,00	S/.0,01	
2.5.9			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
2.5.10	ALQUILER ESTUDIO: MIC NT2A + LIMPIEZA DE AUDIO + MEZCLA FINAL	PAQUETE	1	S/.300,00	S/.300,00	S/.0,02	

Nota. Elaboración Propia

Para la producción igualmente logramos identificar los ítems necesarios, siendo el tema de layout, animación rough y animación clean up junto al color.

Y luego con la fase de post-producción se pudo reconocer los ítems que componen el área de edición , junto a la promoción que se dará al piloto como en redes sociales, además de otros ítems adicionales.

Figura 21:

Gastos de Producción y Post Producción

3	PRODUCCIÓN						
3,1	LAYOUT						S/.19.500,00
3.1.1	Lead Layout artist Senior	MESES	3	S/.3.500,00	S/.10.500,00	S/.0,53	
3.1.4	Layout artist intermedio	MESES	3	S/.3.000,00	S/.9.000,00	S/.0,45	
3,2	ANIMACIÓN ROUGH						S/.33.000,00
3.2. 1	Animador Senior	MESES	3	S/.4.000,00	S/.12.000,00	S/.0,60	
3.2. 2	Animador Intermedio 1	MESES	3	S/.3.500,00	S/.10.500,00	S/.0,53	
3.2. 3	Animador Intermedio 2	MESES	3	S/.3.500,00	S/.10.500,00	S/.0,53	
3.2. 4			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
3.2. 5			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
3,3	CLEAN UP Y COLOR						S/.19.200,00
3.3.3	Lead cleaner artist senior	MESES	2	S/.3.600,00	S/.7.200,00	S/.0,36	
3.3.4	Cleaner intermedio 1	MESES	2	S/.3.000,00	S/.6.000,00	S/.0,30	
3.3.5	Cleaner intermedio 2	MESES	2	S/.3.000,00	S/.6.000,00	S/.0,30	
3.3.6			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	

4	POST PRODUCCIÓN						
4,1	EDICIÓN PILOTO						S/.2.300,00
4.1.2	Post productor	MESES	1	S/.2.300,00	S/.2.300,00	S/.0,12	
4.1.4			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4.1.5			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4,4	MATERIALES DE PROMOCIÓN						S/.4.500,00
4.4.1			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4.4.2			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4.4.3			0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4.4.4	Content creator en redes (IG y TIKTOK)	MESES	9	S/.500,00	S/.4.500,00	S/.0,23	
4.4.5		PAGO	0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4,5	DISEÑO DE SONIDO						S/.0,00
4.5.5		PAGO	0	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	
4,6	COMPOSICION MUSICAL						S/.600,00
4.6.1	Compositor: Musica original	PAGO	1	S/.600,00	S/.600,00	S/.0,03	
4,8	LOGÍSTICA						S/.16.200,00
4.8.2	Imprevistos (backup)	MESES	9	S/.1.500,00	S/.13.500,00	S/.0,68	
4.8.3	Seguro de salud	MESES	9	S/.300,00	S/.2.700,00	S/.0,14	

Nota. Elaboración Propia

En el caso del videojuego de la misma manera se tiene segmentado en varias fases y a su vez estas tienen sus propios ítems a organizar. Iniciando que al igual que la serie, el videojuego también contará con una fase inicial de gastos generales, para los aspectos jurídicos y administrativos.

Luego de ello seguimos con gestión para la producción general, que igualmente se conformará con el área de dirección del producto.

Figura 22:

Gastos de Generales y Gestión (Videojuego)

1	**GASTOS GENERALES CONTABLES**						
1.1	**ASPECTOS JURÍDICOS Y FINANCIEROS**						**S/.1.440,00**
1.1.2	Gastos de Notaria (Tasa de registro (Indecopi), Búsqueda fonética, Búsqueda figurativa (logo),Documentos y copias)	PAQUETE	1	S/720,00	S/.720,00	S/.0,04	
1.1.4	Registro de propiedad intelectual INDECOPI (guión piloto, y personajes por separado)	PAGO UNICO	1	S/720,00	S/.720,00	S/.0,04	
1.2	**ASPECTOS CONTABLES Y ADMINISTRATIVOS**						**S/.1.650,00**
1.1.2	Almacen de archivos Google Cloud 1 año 2TB)	PAGO	1	S/360,00	S/.360,00	S/.0,02	
1.1.3	Contador: Declaración anual a la SUNAT	MESES	9	S/150,00	S/.1.350,00	S/.0,07	
1.1.4	Contador: Declaración legal de contratos.	MESES	3	S/100,00	S/.300,00	S/.0,02	
2	**GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GENERAL**						
2,1	**GUIÓN, DIRECCIÓN Y JEFES DE ÁREA**						**S/.86.750,00**
2.1.1	Productor	MESES	10	S/.3.000,00	S/.30.000,00	S/.1,50	
2.1.2	Dirección general	MESES	10	S/.2.500,00	S/.25.000,00	S/.1,25	
2.1. 6	Dirección de Arte	MESES	10	S/.2.500,00	S/.25.000,00	S/.1,25	
2.1. 9	Marketing + content creator	MESES	3	S/.2.250,00	S/.6.750,00	S/.0,34	

Nota. Elaboración Propia

Después de ello se conformarán las fases de preproducción y producción. Que para el caso de videojuego abarcan temas como el diseño de niveles, UI/UX Artist, Programación, Testing, etc. Pero también se suma otro apartado el cual es la música, que necesitará temas como composición, ingeniería de sonido, etc.

Figura 23:

Gastos de Pre Producción, Producción y Música

3	**PRE PRODUCCIÓN**						
3,1	**Diseño de niveles/Documentación**						**S/.39.255,40**
3.1.1	*Game Design and Development (mecánicas, niveles, GUI, UX, balanceo)*	MESES	2	S/.5.000,00	S/.10.000,00	S/.0,50	
3.1.2	Asistente de Game Designer	MESES	2	S/.2,70	S/.5,40	S/.0,00	
4	**PRODUCCIÓN:ARTE /PROGRAMACIÓN/TESTING**						
4,1	**Arte (Gráficos + Animaciones + UI)**						**S/.29.250,00**
4.1.2	UI Artist / UX Artist	MESES	3	S/.2.500,00	S/.7.500,00	S/.0,38	
4.1.3	Concept artist	MESES	3	S/.2.500,00	S/.7.500,00	S/.0,38	
4.1.4	2d ilustrator	MESES	3	S/.2.500,00	S/.7.500,00	S/.0,38	
4.1.5	Animador de efectos	MESES	3	S/.2.250,00	S/.6.750,00	S/.0,34	
4,2	**Programación y Sistemas Multiplayer**						**S/.112.000,00**
4.1.2	*Lead Programmer / Game Programmer Senior*	MESES	7	S/.8.000,00	S/.56.000,00	S/.2,80	
4.1.3	Programador de Gameplay/Multiplayer / Networking	PAGO	7	S/.8.000,00	S/.56.000,00	S/.2,80	
4.1.4		PAGO			S/.0,00	S/.0,00	
4,3	**Testing / Control de Calidad (QA)**						**S/.8.000,00**
3.1.1	*QA / Tester especializado en multiplayer*	MESES	2	S/.4.000,00	S/.8.000,00	S/.0,40	
	MÚSICA						
	DISEÑO DE SONIDO						**S/.6.250,00**
	Sound designer para efectos	PAGO	1	S/.4.000,00	S/.4.000,00	S/.0,20	
	Ingeniero de audio para mezcla	PAGO	1	S/.2.250,00	S/.2.250,00	S/.0,11	
	COMPOSICION MUSICAL						**S/.5.000,00**
	Compositor: Musica original	PAQUETE	1	S/.5.000,00	S/.5.000,00	S/.0,25	
4,8	**LOGÍSTICA**						**S/.8.000,00**
4.8.2	Imprevistos (backup)	MESES	10	S/.500,00	S/.5.000,00	S/.0,25	
4.8.3	Seguro de salud	MESES	10	S/.300,00	S/.3.000,00	S/.0,15	

Nota. Elaboración Propia

Viendo en resumen, para hacer viable nuestra propuesta transmedia, fue necesario reconocer cada fase e ítem de la producción tanto de la serie como el videojuego, con ello logrando un flujo de trabajo viable y segmentar adecuadamente el presupuesto necesario para su desarrollo, yendo desde aspectos jurídicos y administrativos, como la propia producción en sí

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Después de todo el proceso de investigación se puede llegar a concluir que 'Duelo de Abuelitas' posee un potencial para atender a la problemática planteada inicialmente, viendo analizado el caso en todos los puntos anteriores y gracias a los resultados de las encuestas en el punto de Experimentos es que se puede llegar que la propuesta puede llegar al público objetivo esperando siendo una audiencia adolencente-juvenil captando la atención gracias a la transmedia presentada tanto la serie como el videojuego, dentro del apartado de la serie se observó un alto interés donde evidentemente se llegó a comprender el tema de la representación y revaloración del adulto mayor en la misma, al presentar personajes protagónicos que cuentan con estas características, planteándose en un entorno y rol mucho más activo y participativo se dio un impacto a favor, donde en otras producción no es habitual realizarse, tomando un punto a nuestro favor con una historia divertida pero a la vez con acción que logra retener al espectador.

Es por ello que podemos concluir que la propuesta cumple no solo con presentar un producto divertido y atractivo en varios aspectos como en el apartado visual o en lo narrativo como se ha dicho entre las respuestas de las encuestas, donde elementos como el estilo de arte colorido y cartoon es atractivo al público ; sino que al ser una propuesta transmedia, el apartado de videojuego también aprovecha atraer más a la audiencia quienes quieran expandir la experiencia de 'Duelo De Abuelitas' a través del mismo además de la propia serie, siendo que todo en conjunto también resuelve la problemática social que añade una capa más de interés y atractivo a la propuesta, viéndose el tema de

romper los estereotipos del adulto mayor de una manera divertida y entretenida. Viendo la recepción positiva, también es posible esperar un buen camino al momento de impulsar el proyecto llevándolo a diferentes eventos o festivales que ayuden con el desarrollo y financiamiento del mismo, además de facilitar la creación de aspectos como una comunidad activa en base al proyecto, logrando ganarse un lugar en el mercado de manera natural y orgánica.

4.2 Recomendaciones

Igualmente es importante tomar en cuenta que el proyecto al estar en una fase de desarrollo temprano necesitará pasar por varias correcciones y revisiones que serán necesarias para ofrecer un estándar de calidad a la par de otras producciones independientes en el mercado.

Entre las recomendaciones dadas gracias a los resultados de la encuesta podemos observar el apartado técnico donde se debe observar aspectos como el tema de la animación y la actuación de voz, los cuales son detalles que se pueden ir corrigiendo con la obtención de un equipo creativo especializado encargado de pulir esas áreas, y otros posibles detalles técnicos durante la producción, como los efectos o el sonido. Otras recomendaciones plausibles es la de tener un compromiso con la audiencia recibida, formar y fomentar una comunicación sólida y sana con nuestro público que permita una red de apoyo importante para el crecimiento e impulso del proyecto, usando herramientas como las redes sociales, actividades, contenido adicional, que además de generar un mayor alcance nos permita facilitar llegar a varios objetivos esperados. Como el buscar llegar a varios eventos, festivales, convocatorias que nos permitan conseguir el apoyo económico esperado para seguir con el desarrollo del proyecto. Siendo un desarrollo con la transmedia el desarrollo del videojuego que ayude por consagrar a ‘Duelo de Abuelitas’ como una marca viable y efectiva, generando aún un alcance mayor en audiencia y recepción de los espectadores, llevando el mensaje de concientización y revalorización del adulto mayor a un mayor público.

V. Referencias Bibliográficas

Ayalon, L., & Tesch-Römer, C. (Eds.). (2023). *Contemporary Perspectives on Ageism. Elsevier*
https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/27836

Estes, C. L., & Phillipson, C. (2002). *The globalization of capital, the welfare state, and old age policy. International Journal of Health Services*
https://www.jstor.org/stable/45131216

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press.*
https://nyupress.org/9780814742952/convergence-culture/

Loos, E., & Ivan, L. (2018). *Visual ageism in the media.*
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-73820-8_11

Ministerio de Cultura del Perú. (2020). *Política Nacional de Cultura al 2030. Ministerio de Cultura.*
https://www.gob.pe/institucion/cultura/informes-publicaciones/841303-politica-nacional-de-cultura-al-2030

Ng, R., Allore, H. G., Monin, J. K., & Levy, B. R. (2023). *Portrayals of older adults in over 3000 films around the world*. *Journal of the American Geriatrics Society*
https://agsjournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jgs.18400

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan.*
https://www.carlosscolari.com/

World Health Organization. (2021). *Global report on ageism. World Health Organization*

https://www.who.int/publications/i/item/9789240016866?

VI. Anexos

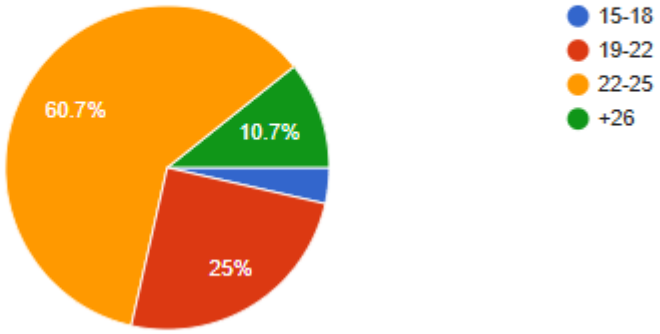
6.1 Anexo 1 - Tabla SCAMPER

ACCIÓN	PREGUNTA	IDEA GENERADA
Sustituir	¿Qué parte puedo remplazar?	Sustituimos la representacion estereotipica del adulto mayor, por una representación más activa y presente en la narrativa
Combinar	¿Qué pasaría si uno dos elementos?	Podemos combinar la narrativa de la transmedia de miniserie y videojuegos, proponiendo una experiencia completa e integrada al público
Adaptar	¿Como se usa esto en otro contexto?	Adaptar el proyecto a diferentes entornos narrativos con el fin de llegar a un mayor público , que tenga más facilidad de consumir nuestro producto
Modificar	¿Qué puedo ampliar o reducir?	Ampliar el alcanze del público con el uso de redes sociales, contenido adicional que complementen el mundo del proyecto. Reducir los cliches para ofrecer una narrativa más innovadora y experimental
Poner en otro uso	¿Como puedo aplicarlo de otra manera?	Usar el proyecto de manera educacional o reflexiva para concientizar a los jóvenes sobre la representación social
Eliminar	¿Qué puedo quitar?	Eliminar los cliches estereotipicos y las representaciones limitadas del adulto mayor.
Reordenar	¿Qué pasa si cambio la secuencia?	Invertir la secuencia narrativa mostrando el 'final feliz' primero pero mostrando todo lo que tuvo que pasar para llegar a este, haciendo reflexión del esfuerzo que con lleva llegar a un objetivo

6.2 Anexo 2 - Resultados de la Encuesta

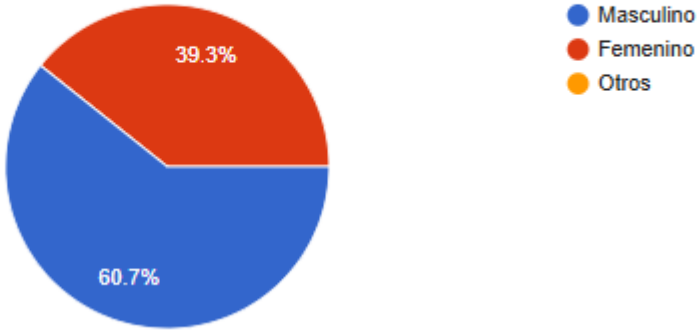
1) ¿Cuál es tu edad?

28 respuestas



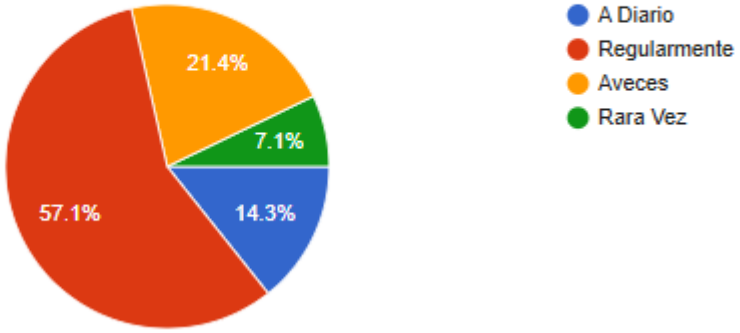
2) ¿Cómo te identificas?

28 respuestas



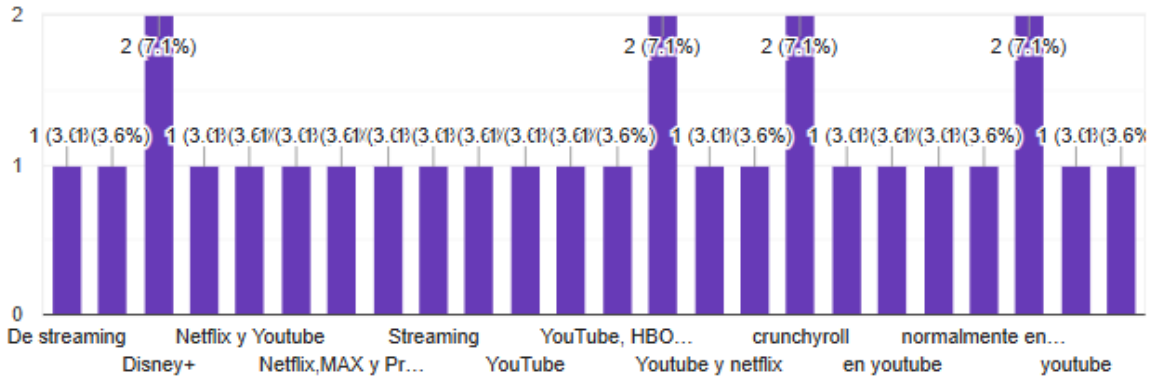
3) ¿Con que tanta frecuencia vez series animadas?

28 respuestas



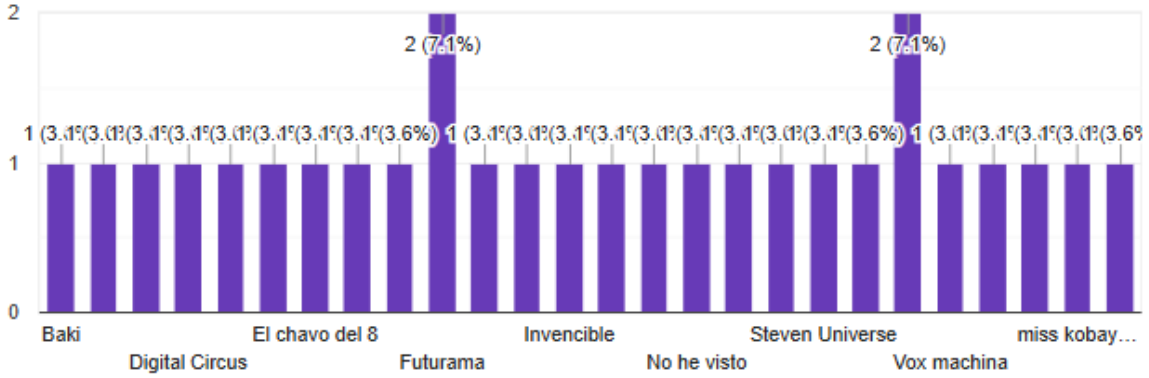
4) ¿En que plataformas sueles ver contenido audiovisual?

28 respuestas



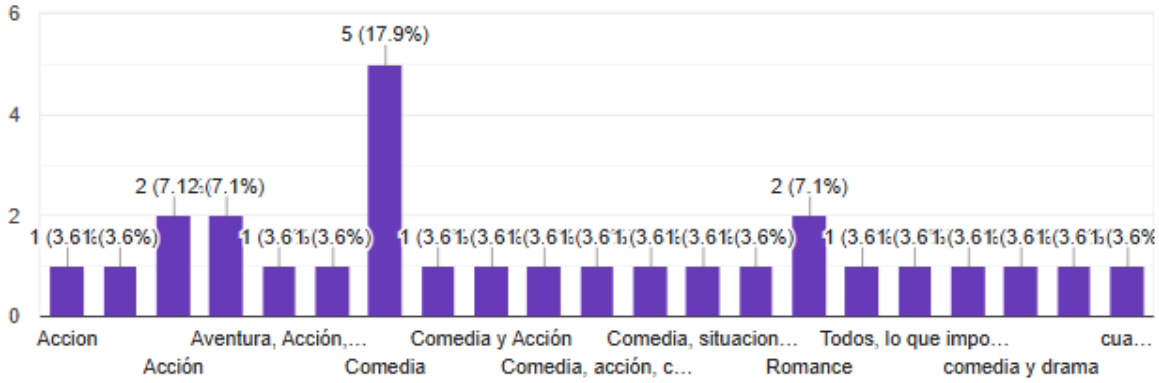
5)¿Qué series has visto recientemente?

28 respuestas



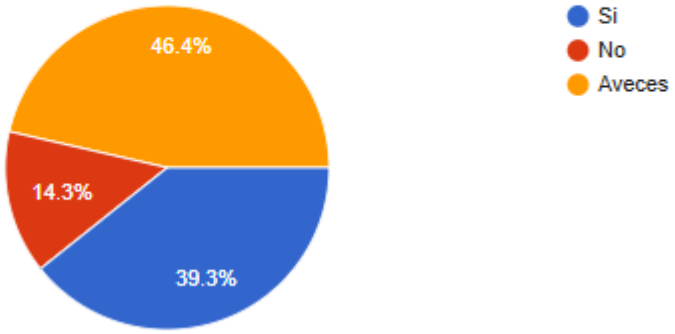
6)¿Cual es tu genero favorito de series animadas? (Comedia, Acción, etc?

28 respuestas



7)¿Consideras que es importante que haya representación del adulto mayor en una serie animada?

28 respuestas



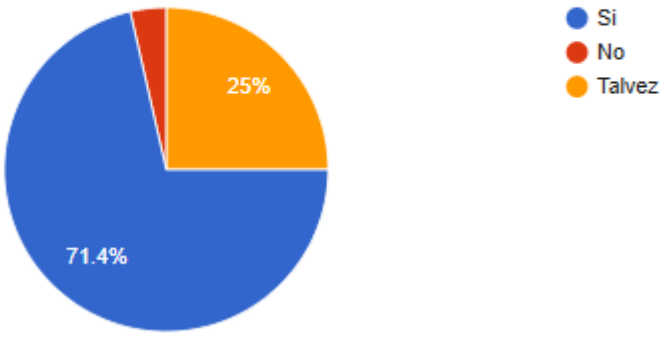
8)¿Cuales crees que son los estereotipos principales al representar personajes mayores?

28 respuestas

- Les duelen los huesos, se les cae la dentadura, no bien bien, cuentas historias repetidas
- Según el género, suelen ser sabios, débiles o graciosos.
- Un agente viejo volviendo a la escena
- Que saben demaciado o que son muy tercos
- olvidados
- algunas veces con alzheimer, otras con estres post traumatico (por las guerras) , otras como sabiondos o cariñosos, varia un poco
- Lentos, sabios y obstinados
- Débiles y personajes de relleno
- Que son frágiles o que no están atentas a su entorno

9) ¿Observarías una serie animada que tenga adultos mayores como protagonistas?

28 respuestas



10) ¿Recuerdas algunas series animadas donde hubo adultos mayores como personajes principales/protagonicos? Como crees que fue su rol o representación

28 respuestas

El profesor de futurama

En la familia del barrio el abuelo era el más vivo de todos, en los simpson el abuelo es el que nadie cuida y está en un asilo

Se me ocurre Rick y Morty, como un personaje sabio y cruel.

Gravity Falls. Al tio Stan se lo representa como un tutor descuidado y explotador pero en realidad se preocupa y es leal.

nah, la verdad es que casi siempre los vi de secundarios o poco recurrentes en las series animadas

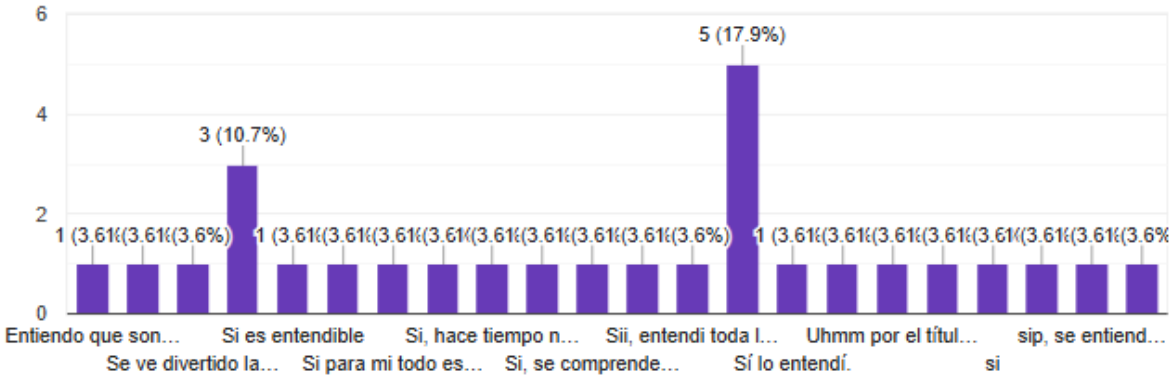
Ben 10 (el tio ben)

No recuerdo haber visto alguna últimamente

Mr. Magoo, más que nada lo representaron como alguien gracioso con una gran suerte de su lado

11) **Habiendo visto el tráiler.** ¿Crees que la propuesta es entendible?

28 respuestas



12)¿Qué es lo que más de atrae del trailer/propuesta?

28 respuestas

El diseño de las abuelitos y el concepto de que se lanzan pasteles

Las armas temáticas de los personajes

La historia de Ceci y Gladys

El adulto mayor como personaje protagonico

la relación de las abuelitas

el apartado visual o diseño de personajes

La idea de romper un poco los esteriotipos

El estilo cartoon, pero más que nada que sean abuelas las protagonistas y que no tenga un rol que las haga ver debiles

El balance entre lo cómico y lo dramático

13)¿Qué consideras que se podría mejorar?

28 respuestas

El audio se siente un poco raro

Las voces quizá

La animación debería ser más consistente

La animación del trailer podría ser más fluida

La fluidez de la animacion y los sfx

la voz de la niña es un poco fastidiosa

las voces de las ancianitas me saca de onda xd, en algunas partes se siente muy forzado, a veces las voces viejas no se sentían como viejas (como si fuera una niña intentando imitar a su abuela) , y yo se entiendo que sea un proyecto con pocas limitantes, pero solo diría eso que se esfuerce mas en el tema del doblaje , todo lo demás me parece bien

De la propuesta en si nada la verdad, esta bien planteada, y me da curiosidad como se desarollara la historia