ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial como alternativa al contenido digital sobreestimulante

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

PRESENTADA POR

Claudia Paola Condor Cañote
DNI: 73119561, Perú

Patrizia Romina Tulini Massa
DNI: 70338138, Perú

ASESOR

Juniors Manuel Calderón Riojas
DNI: 47001460, Perú
ORCID: 0000-0001-5005-2878

JURADO

Jasmine Erika Mora Sifuentes
Brandon Morales Palacios
Yohanna Anyelhy Villanueva Veramendi

Lima, septiembre 2026

Informe-0000027204-0000022282-TULINI-CONDOR.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614117111

Fecha de entrega
13 ago 2026, 12:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
13 ago 2026, 12:32 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000027204-0000022282-TULINI-CONDOR.pdf

Tamaño del archivo
12.9 MB

46 páginas

8825 palabras

50.626 caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Para todos nuestros niños interiores que alguna vez disfrutaron una serie en su infancia que ha sido inolvidable, que les ha ayudado a poder superar momentos de tristeza y también los acompañó con risas.

Este proyecto está dedicado a todos los que en su niñez alguna vez sintieron que no encajan y buscaron un refugio en historias que ahora los inspiran.

Finalmente, a quienes aún conservan la capacidad de soñar e imaginar como cuando eran niños.

Agradecimiento

Este proyecto se pudo culminar gracias al apoyo de nuestros abuelos, padres, hermanos, amigos y seres queridos quienes nos dieron la mano en los momentos de mayor dificultad en nuestro proceso académico.

Agradecemos especialmente a Compas Studio, donde nació esta hermosa historia que nos ha enriquecido mucho tanto en lo académico como en lo personal.

A nuestros profesores, por transmitirnos sus conocimientos, enseñanzas y anécdotas, contribuyendo enormemente con nuestro crecimiento profesional.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que sin saberlo formaron parte de este proceso y nos motivaron a seguir adelante a pesar de las dificultades.

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 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 6

2.4 Marco referencial 7

2.5 Proceso creativo y experimentos 9

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 10

2.5.2 Información sobre el Mercado 12

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 16

2.5.4 Diseño de producto/servicio 19

2.5.5 Modelo de Negocio 20

2.5.6 Resultados esperados 22

2.5.7 Prototipos desarrollados 23

2.5.8 Experimentos 27

III. Estimación de costos **32**

3.1 Presupuesto 32

IV. Conclusiones y recomendaciones **34**

4.1 Conclusiones 34

4.2 Recomendaciones 35

V. Referencias Bibliográficas **38**

VI. Anexos **40**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Comparación de referentes audiovisuales infantiles* 11
Tabla 2 *Recepción de hallazgos* 24
Tabla 3 *Resumen presupuesto del episodio piloto* 28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Herramienta Árbol de Problemas* 4

Figura 2 *Herramienta Mapa de Actores* 5

Figura 3 *Arquetipo de usuario* 9

Figura 4 *Mapa de empatía* 10

Figura 5 *Ruta para empatizar* 14

Figura 6 *Propuesta de valor* 15

Figura 7 *Arte conceptual* 17

Figura 8 *Business Model Canvas de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial"* 18

Figura 9 *Arte conceptual Nulito* 20

Figura 10 *Arte conceptual Rojo* 20

Figura 11 *Arte conceptual Amarillo* 21

Figura 12 *Arte conceptual Azul* 21

Figura 13 *Arte conceptual Gran Abuelo* 21

Figura 14 *Capturas del tráiler de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial"* 22

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial como alternativa al contenido digital infantil sobreestimulante.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial” se desarrolla dentro del campo de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, con relación al bienestar infantil en entornos digitales. Parte de una preocupación actual: muchos niños consumen contenidos diseñados para retener su atención mediante cortes rápidos, sonidos constantes, colores intensos y repetición.

La propuesta plantea una serie animada infantil dirigida a niños y niñas de 6 a 9 años. La historia se ambienta en el espacio y presenta a Nulito, un personaje que, luego de quedar varado, conoce a los Colorcitos y atraviesa una aventura donde aprende sobre el miedo, la frustración, la amistad y el trabajo en equipo. El proyecto apuesta por personajes recordables, canciones y una historia sencilla de seguir, evitando que el atractivo del contenido dependa únicamente de estímulos acelerados.

Para el desarrollo del proyecto se aplicaron herramientas de Design Thinking, como mapa de actores, arquetipo de usuario, mapa de empatía, brainstorming, matriz de filtración, SCAMPER, ruta de conceptualización y canvas de propuesta de valor. Estas herramientas permitieron ordenar el problema, identificar necesidades del público infantil y recoger preocupaciones de padres, cuidadores y docentes frente al consumo digital.

Como parte de la experimentación, se elaboró un tráiler de la serie y materiales visuales del universo y personajes. También se realizaron una encuesta exploratoria a adultos cercanos a niños, entrevistas a especialistas, un focus group tomado como antecedente y una validación inicial del tráiler con 12 niños acompañados por sus tutores.

Los resultados sugieren que existe interés por contenidos infantiles que no dependan de estímulos invasivos para sostener la atención. La validación del tráiler permitió observar recordación de personajes, 12 de los 12 encuestados; comprensión general de la historia, 8 de 12 encuestados reconocieron al protagonista, 10 de 12 lograron explicar la historia con palabras propias y una recepción favorable por tutores, indicando que 10 de 12 definitivamente permitiría ver al menor la serie. Sin embargo, estos resultados son exploratorios, por lo que se recomienda ampliar la muestra con niños de 6 a 9 años y validar posteriormente un episodio piloto.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Los niños acceden a contenido digital desde edades tempranas mediante celulares, tablets, YouTube, YouTube Kids y plataformas de streaming. Este consumo forma parte de su entretenimiento cotidiano y también influye en los personajes que reconocen, las canciones que repiten, las frases que imitan y la forma en que se relacionan con determinadas historias.

Dentro de este panorama, una parte del contenido infantil utiliza recursos pensados para captar atención inmediata: cortes rápidos, colores saturados, sonidos repetitivos, música constante y escenas con poca pausa visual. Estos elementos pueden volver un video atractivo en pocos segundos, pero también generan preocupación en padres, cuidadores y docentes cuando el niño se acostumbra a estímulos cada vez más intensos o pierde interés frente a contenidos con un ritmo más pausado según las encuestas de exploración mostradas en el Anexo 8.

“Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial” nace como una serie animada infantil que toma distancia de ese tipo de lógica. El proyecto se sostiene en una aventura espacial con personajes reconocibles, canciones y situaciones que abordan temas sobre miedo, frustración, amistad y trabajo en equipo.

La historia sigue a Nulito, un personaje que queda varado en el espacio y debe enfrentar sus miedos con ayuda de los Colorcitos. A través de esta aventura, el proyecto

plantea un contenido infantil que pueda entretener y, al mismo tiempo, abrir conversación entre niños y adultos sobre sentimientos que forman parte de la infancia.

En esta primera etapa, el proyecto se enfoca en niños y niñas de 6 a 9 años de Lima Metropolitana y Callao. También considera a padres, cuidadores y docentes, ya que ellos observan los hábitos digitales de los niños y participan en la decisión sobre qué contenidos consumen. A futuro, la propuesta podría crecer hacia otros públicos infantiles de habla hispana mediante episodios cortos, canciones, shorts animados y materiales complementarios.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Actualmente, muchos niños consumen contenido digital infantil desde edades tempranas mediante celulares, tablets, YouTube, YouTube Kids y plataformas de streaming. Este consumo se ha vuelto parte de su rutina diaria de entretenimiento; sin embargo, no todo el contenido dirigido a niños está diseñado tomando en cuenta su etapa de desarrollo, su atención o su comprensión emocional.

Parte del contenido infantil digital actual utiliza recursos como cortes rápidos, colores saturados, sonidos repetitivos, música constante, cambios visuales frecuentes y estructuras narrativas simples basadas en la repetición. Estos elementos pueden captar rápidamente la atención del niño, pero también generan preocupación en padres, cuidadores y docentes cuando el contenido se vuelve excesivo, acelerado o poco adecuado para su edad.

El problema está en el tipo de contenido que consumen los niños y en cómo ese contenido intenta retener su atención. Diversos estudios advierten que la exposición temprana y excesiva a pantallas puede relacionarse con dificultades en atención, autorregulación, lenguaje, conducta y desarrollo emocional, especialmente cuando no existe acompañamiento adulto o cuando el contenido no es adecuado para la edad del niño (Christakis et al., 2018; Ponti, 2023; Oflu et al., 2021).

La definición adoptada de contenido digital sobreestimulante en el presente proyecto sería aquel que utiliza estímulos visuales, sonoros y narrativos de forma constante para retener la atención del niño. En este tipo de contenido, la velocidad, el ruido, la repetición o la saturación pueden volverse más importantes que la historia, los personajes o la comprensión de lo que ocurre.

Frente a esto, "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial" propone una serie animada infantil que usa aventura, canciones y personajes para sostener el interés del niño. La intención es que el público pueda seguir una historia, recordar a sus personajes y reconocer sentimientos como el miedo, la frustración, la amistad y la empatía, sin apoyarse todo el tiempo en cortes rápidos o estímulos invasivos.

Los ODS que se abordan en el proyecto son el ODS 3: Salud y bienestar, y el ODS 4: Educación de calidad.

Figura 1

Herramienta Árbol de Problemas



2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria principal del proyecto está conformada por niños y niñas de 6 a 9 años, ya que se encuentran en una etapa importante de desarrollo emocional, social y cognitivo. En este rango de edad, los niños continúan aprendiendo a reconocer sus emociones, relacionarse con otros, manejar la frustración, resolver conflictos simples y comprender situaciones mediante el juego, la observación y la identificación con personajes.

Este público consume contenido digital infantil a través de plataformas como YouTube, YouTube Kids, servicios de streaming, videos musicales, series animadas y clips cortos. Por ello, resulta importante proponer contenidos que no solo sean atractivos visualmente, sino también adecuados para su etapa de desarrollo y comprensión emocional.

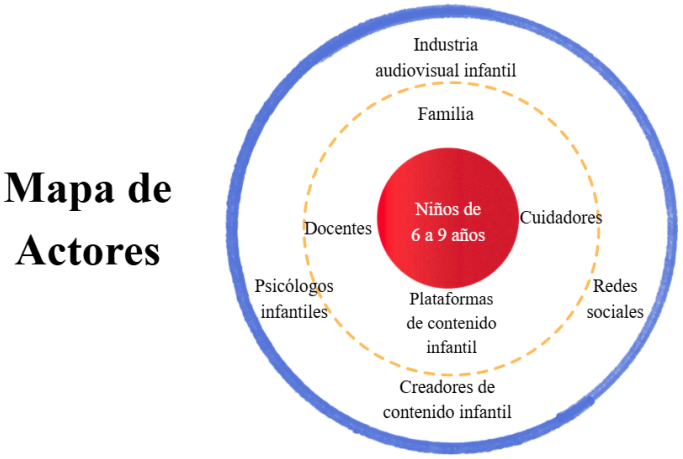
De manera indirecta, también se considera como beneficiarios secundarios a padres, madres, cuidadores y docentes, ya que ellos cumplen un rol importante en la selección, supervisión y acompañamiento del contenido que consumen los niños. Además, son quienes pueden identificar cambios de comportamiento, preferencias, preocupaciones o necesidades relacionadas con el uso de pantallas y el tipo de contenido infantil disponible.

Para esta etapa se trabajó primero con adultos que tienen trato directo con niños. Luego, se realizó una validación exploratoria del tráiler con menores, con permiso de sus padres o tutores, para recoger una primera respuesta del público objetivo frente a la propuesta.

Con “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial”, se busca ofrecer a los niños una serie animada con aventura, personajes, colores y canciones, pero construida desde una historia que puedan seguir y comentar. Para los adultos, el proyecto es una opción de entretenimiento infantil que deja temas para comentar con los niños después de verlo, como el miedo, la amistad, la frustración o el trabajo en equipo.

Figura 2

Herramienta Mapa de Actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general

Desarrollar una propuesta de serie animada infantil dirigida a niños de 6 a 9 años, como alternativa al contenido digital sobreestimulante, mediante una narrativa de aventura espacial que integre personajes recordables, canciones y temas vinculados al reconocimiento emocional, la amistad, la empatía y la tolerancia a la frustración.

Objetivos específicos

Diseñar el concepto narrativo y visual de “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial”, considerando personajes, universo, colores, canciones y estilo audiovisual.

Identificar las necesidades y preocupaciones de padres, cuidadores, docentes y adultos cercanos a niños frente al consumo de contenido digital infantil.

Plantear una propuesta audiovisual infantil que entretenga sin depender de estímulos excesivos como cortes rápidos, sonidos invasivos o saturación visual constante.

Incorporar temas emocionales y sociales como el miedo, la amistad, el trabajo en equipo, la empatía y la frustración dentro de situaciones narrativas comprensibles para niños.

Validar de forma exploratoria la propuesta mediante encuesta a adultos cercanos a niños, entrevistas a especialistas y una prueba inicial del tráiler con niños acompañados por sus tutores.

Definir los primeros prototipos del proyecto, como tráiler, personajes, storyboard, canciones o piezas visuales, para evaluar su potencial antes del desarrollo del episodio piloto.

2.4 Marco referencial

El proyecto toma como base investigaciones sobre consumo de pantallas, atención infantil, autorregulación y desarrollo emocional, además de referentes audiovisuales presentes en el mercado infantil. Este marco permite entender por qué el ritmo, el sonido, la cantidad de estímulos y la forma de narrar una historia son decisiones importantes al diseñar contenido para niños.

Diversos estudios advierten que la exposición temprana y excesiva a pantallas puede relacionarse con dificultades en la atención, el lenguaje, la autorregulación y el comportamiento infantil, especialmente cuando el contenido no es adecuado para la edad o no existe acompañamiento adulto (Christakis et al., 2018; Ponti, 2023). Asimismo, Oflu et al. (2021) señalan que el tiempo excesivo frente a pantallas puede asociarse con mayor labilidad emocional en niños preescolares. Del mismo modo, Namazi y Sadeghi (2024) encontraron que algunos formatos de televisión infantil pueden afectar de forma inmediata la atención y otras funciones cognitivas en preescolares.

El proyecto parte de una realidad: los niños ya consumen contenido digital. Por eso plantea una alternativa animada pensada para su edad, con una historia que puedan seguir, personajes recordables y escenas menos cargadas. Radesky et al. (2022) también analizan el consumo de plataformas de video en niños pequeños, lo que permite relacionar el problema con el tipo de contenido disponible en entornos digitales.

Como antecedente relacionado, Rodríguez García (2025) analiza el efecto de la exposición a pantallas en el dibujo infantil de niños de 4 a 5 años. Si bien su rango de edad es menor al público objetivo de este proyecto, sirve como referencia para comprender cómo el uso de pantallas puede influir en la expresión, percepción y desarrollo infantil. Este aporte refuerza la importancia de observar no solo cuánto tiempo consumen pantallas los niños, sino también qué tipo de contenido reciben.

En cuanto a referentes audiovisuales, se consideran series como Pocoyó, Bluey, Jelly Jamm y CoComelon, debido a su presencia dentro del contenido infantil actual. Pocoyó destaca por su claridad visual, personajes simples y estructura fácil de seguir. Bluey funciona como referente por su tratamiento de vínculos familiares, juego, imaginación y emociones cotidianas. Jelly Jamm se relaciona con el proyecto por el uso de música, personajes coloridos, amistad y aventura en un universo fantástico. CoComelon, por otro lado, representa un referente importante del contenido infantil musical y repetitivo de alto consumo digital.

A partir de estos referentes, “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial” define su propia ruta. De Pocoyó se toma como referencia la limpieza visual y la facilidad para reconocer personajes. De Bluey, la manera de trabajar situaciones cotidianas y vínculos afectivos sin volver la historia pesada. De Jelly Jamm, el uso de canciones, colores y mundos fantásticos. CoComelon funciona como contraste, porque representa un modelo de alto consumo basado en repetición musical, ritmo constante y estímulos frecuentes.

Desde el punto de vista narrativo, el proyecto trabaja temas como el miedo, la frustración, la amistad, la empatía y el trabajo en equipo. Estos temas se presentan mediante personajes coloridos y situaciones simples, para que los niños puedan reconocer emociones sin que el contenido se vuelva pesado o demasiado educativo. Así, la serie busca funcionar como una aventura infantil que también permita hablar de lo que sienten los personajes.

Dentro del contenido infantil digital aparecen con frecuencia ciertos recursos: colores saturados, cortes rápidos, movimientos de cámara, canciones repetitivas y escenas con poca pausa. Estos elementos funcionan para llamar la atención del niño de forma rápida, pero

también pueden hacer que se acostumbre a ritmos muy intensos. Por eso, al diseñar una serie infantil conviene revisar cómo se combinan ritmo, sonido, color e historia.

Muchos estudios han mencionado que estos recursos no son usados de manera casual o solo por estética. Se ha encontrado que "los comportamientos hiperactivos y externalizantes se presentan con mayor frecuencia al consumir contenido caracterizado por una tipología de ritmo acelerado, colores brillantes y elementos de violencia" (Varela Revelo & Nieto Vargas, 2025, p. 56). Asimismo, estos recursos pueden generar efectos inmediatos en los procesos cognitivos de los niños que consumen estos productos. "Las series con cambios de escena muy rápidos, edición fragmentada y falta de coherencia narrativa provocan alteraciones inmediatas en la atención, la planificación y la memoria de trabajo" (Rodríguez García, 2025, p. 7).

Por todo lo mencionado además, se puede concluir que los planos cortos, los constantes movimientos de cámara y la saturación de colores como elementos, dificultan que el niño pueda procesar toda esa información a la vez (Calzada Vázquez, 2025).

2.5 Proceso creativo y experimentos

Para el desarrollo del proyecto se aplicaron herramientas de la metodología Design Thinking, con el objetivo de comprender mejor al usuario, identificar sus necesidades y transformar los hallazgos en una propuesta de valor. El proceso permitió pasar de la problemática del contenido digital infantil sobreestimulante hacia una solución audiovisual centrada en niños de 6 a 9 años y en los adultos que acompañan su consumo digital.

Las herramientas utilizadas fueron arquetipo de usuario, mapa de empatía, insights, preguntas "¿Cómo podríamos?", brainstorming, matriz de diferenciación y relevancia, shortlist, SCAMPER, ruta de conceptualización y canvas de propuesta de valor. Estas herramientas permitieron organizar el problema, generar ideas y definir una propuesta más clara para "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial".

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El usuario principal del proyecto son niños y niñas de 6 a 9 años que consumen contenido digital infantil mediante plataformas como YouTube, YouTube Kids, streaming, videos musicales, series animadas y clips cortos. Este público se encuentra en una etapa donde todavía está desarrollando habilidades emocionales y sociales, como reconocer lo que siente, expresar frustración, resolver conflictos simples y relacionarse con otros.

El usuario se caracteriza por buscar contenido entretenido, visualmente atractivo, con personajes memorables, canciones y situaciones fáciles de entender. También puede aburrirse rápido cuando el contenido avanza lento o no logra enganchar. Por eso, la serie trabaja el dinamismo desde la historia, la curiosidad, los personajes y la participación del niño.

También se considera a padres, cuidadores y docentes como usuarios informantes, porque deciden qué contenidos consumen los niños y observan cómo reaccionan frente a ellos. Sus respuestas sirvieron para identificar preocupaciones sobre el consumo digital infantil, y luego se contrastaron con la validación del tráiler hecha con niños, con permiso de sus tutores.

Figura 3

Arquetipo de usuario

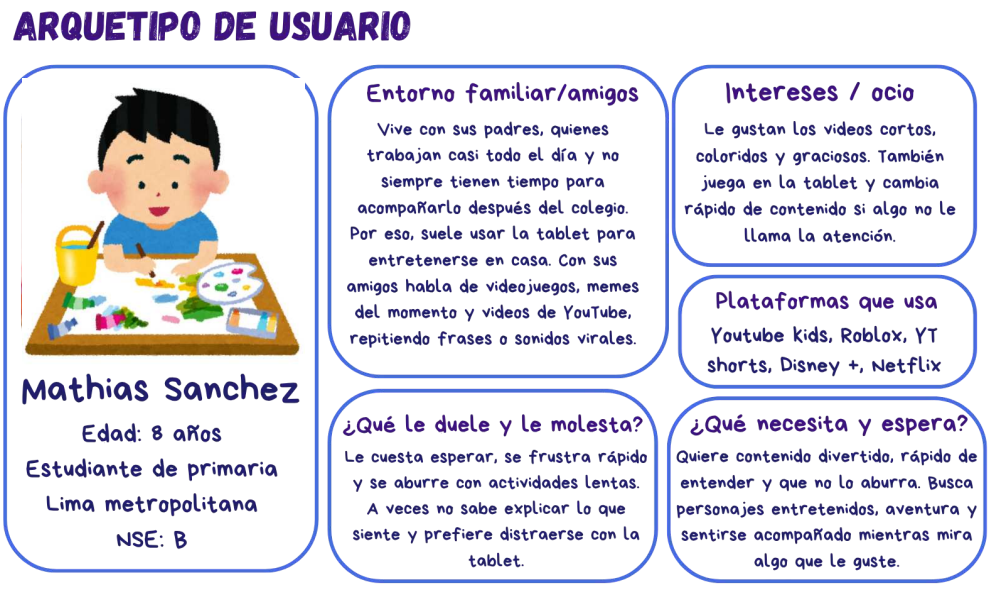
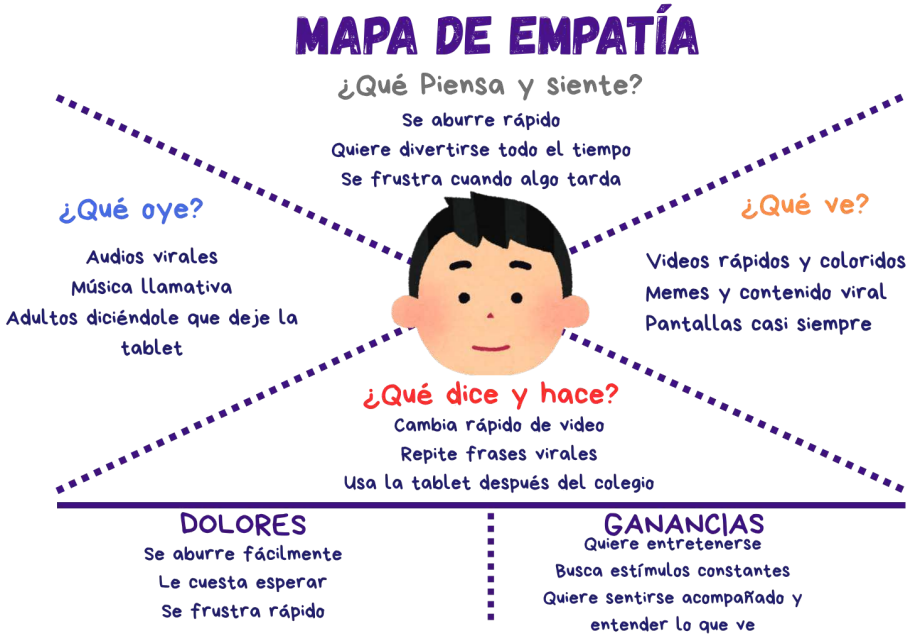


Figura 4

Mapa de empatía



Insight principal

Los niños buscan contenido con colores, canciones y personajes que puedan recordar. Los adultos, en cambio, necesitan saber que ese contenido tiene una historia entendible y deja temas para conversar después, como el miedo, la amistad o la frustración.

Insight clave del proyecto

El niño necesita algo más que mirar algo llamativo; busca sentirse parte de una aventura, reconocer personajes y conectar con situaciones que entiende. Por eso, una serie infantil puede captar su atención sin depender de saturación visual o sonora, si construye curiosidad, canciones, emoción y personajes con los que pueda identificarse.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El proyecto "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial" se desarrolla dentro del mercado de contenido infantil digital y animación para niños. Actualmente, los niños consumen videos, canciones, series animadas y clips cortos mediante plataformas como YouTube, YouTube Kids, servicios de streaming y redes sociales supervisadas por adultos. Esto abre espacio para propuestas infantiles que prioricen historia, personajes y recordación, en lugar de apoyarse únicamente en estímulos constantes.

Oportunidad de mercado

La oportunidad de mercado se encuentra en la necesidad de ofrecer contenido infantil animado que no dependa únicamente de estímulos rápidos, colores saturados, sonidos invasivos o repetición constante. En el mercado existen referentes infantiles con alto posicionamiento, pero hay espacio para una propuesta que combine entretenimiento, personajes recordables, canciones, aventura y educación emocional.

En el contexto peruano, existe poca presencia de series animadas infantiles locales con este enfoque. Por ello, "Nulito y los Colorcitos" busca diferenciarse como una propuesta

animada infantil que trabaja emociones como el miedo, la amistad, la frustración, la empatía y el trabajo en equipo, manteniendo un tono visual atractivo para niños.

Competencia y referentes actuales

Los principales referentes considerados son CoComelon, Jelly Jamm, Pocoyó y Bluey, debido a su presencia en el contenido infantil actual. Cada uno representa un modelo distinto de conexión con el público infantil: canciones repetitivas, personajes memorables, narrativa simple, juego, emociones o aprendizaje.

Tabla 1

Comparación de referentes audiovisuales infantiles

Referente	Características principales	Relación con el proyecto	Diferencia con "Nulito y los Colorcitos"
CoComelon	Contenido musical infantil, repetitivo, de ritmo rápido y alto consumo digital.	Representa el tipo de contenido viral que capta la atención inmediata mediante canciones, repetición y estímulos constantes.	"Nulito y los Colorcitos" busca entretener sin depender de repetición excesiva, saturación sonora o estímulos acelerados.
Pocoyó	Estética simple, fondos limpios, personajes reconocibles y narrativa fácil de seguir.	Sirve como referencia de claridad visual y comprensión para niños pequeños.	El proyecto incorpora aventura espacial, conflicto emocional y personajes que trabajan miedo, amistad y frustración.

Bluey	Historias familiares, juego simbólico, humor cotidiano y tratamiento emocional.	Funciona como referente por su manera de abordar emociones sin volver el contenido pesado o demasiado educativo.	"Nulito y los Colorcitos" traslada ese enfoque hacia un universo espacial con canciones, aventura y personajes inspirados en colores primarios.
Jelly Jamm	Serie colorida y musical con personajes fantásticos, amistad y aventuras.	Se relaciona con el uso de canciones, colores y mundo imaginario.	El proyecto busca manejar mejor el ritmo, el sonido y la cantidad de elementos en pantalla para que la aventura sea atractiva sin generar sobrecarga visual o sonora.
Nulito y los Colorcitos	Serie animada infantil peruana con aventura espacial, canciones, personajes coloridos y emociones.	Propone una alternativa local frente al contenido infantil digital sobreestimulante.	Su diferencial es combinar aventura espacial, personajes recordables y temas de infancia como miedo, frustración, amistad y trabajo en equipo, dentro de una propuesta peruana dirigida a niños de 6 a 9 años.

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de referentes audiovisuales infantiles.

Barreras de entrada

Las principales barreras de entrada del proyecto son las siguientes:

- Alto costo de producción animada.
- Competencia con marcas infantiles ya posicionadas.
- Dificultad para captar atención sin recurrir a la sobreestimulación.
- Necesidad de generar confianza en padres, cuidadores y docentes.
- Acceso y visibilidad en plataformas digitales infantiles.
- Cuidado legal y ético al crear contenido dirigido a niños.

El mercado objetivo inicial está conformado por niños y niñas de 6 a 9 años de Lima Metropolitana y Callao que consumen contenido digital infantil. Como usuarios indirectos o decisores se consideran padres, cuidadores y docentes, ya que ellos influyen en la selección, supervisión y recomendación del contenido que consumen los niños.

Demanda potencial

Para estimar la demanda potencial inicial, se toma como base la población infantil de Lima Metropolitana y Callao. Según CPI, en Lima Metropolitana y Callao hay aproximadamente 1,058.7 mil niños de 6 a 12 años. Para el rango objetivo de 6 a 9 años, se realiza una estimación proporcional:

1,058.7 mil × 4/7 = aprox. 605 mil niños de 6 a 9 años

Además, según INEI, el 62.9% de niños de 6 a 11 años usa Internet, por lo que se estima un mercado digital potencial de:

605 mil × 62.9% = aprox. 380 mil niños alcanzables digitalmente

Esta cifra es referencial y permite dimensionar el mercado inicial del proyecto en Lima Metropolitana y Callao. No representa usuarios asegurados, sino un público potencial que podría ser alcanzado mediante contenido digital infantil.

Alcance esperado

Antes del desarrollo del episodio piloto, el proyecto busca generar reconocimiento mediante una estrategia progresiva de difusión digital y validación:

- Presentación del universo visual, personajes y mundo espacial.
- Publicación de shorts animados, canciones y frases de los Colorcitos.
- Publicaciones por fechas especiales y anécdotas de personajes.
- Difusión pagada dirigida a padres, cuidadores y docentes.
- Activaciones, muestras del tráiler o visitas a espacios infantiles.
- Recopilación de feedback antes del desarrollo del episodio piloto.

El alcance esperado inicial es validar qué elementos conectan mejor con el público: personajes, colores, canciones, historia, emociones y ritmo audiovisual. OSIPTEL reportó que el 96% de los hogares peruanos contaba con acceso a internet fijo o móvil al cierre de 2025, lo que refuerza la viabilidad de utilizar canales digitales para la distribución inicial del proyecto.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

"Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial" se define como una serie animada infantil digital dirigida a niños de 6 a 9 años. La propuesta combina aventura espacial, personajes coloridos, canciones y situaciones vinculadas a sentimientos propios de la infancia.

La historia parte de Nulito, un personaje tímido que queda varado en el espacio luego de un accidente. En su recorrido conoce a los Colorcitos, quienes lo ayudan a enfrentar el miedo, resolver problemas y entender que no siempre tiene que hacerlo todo solo. Cada

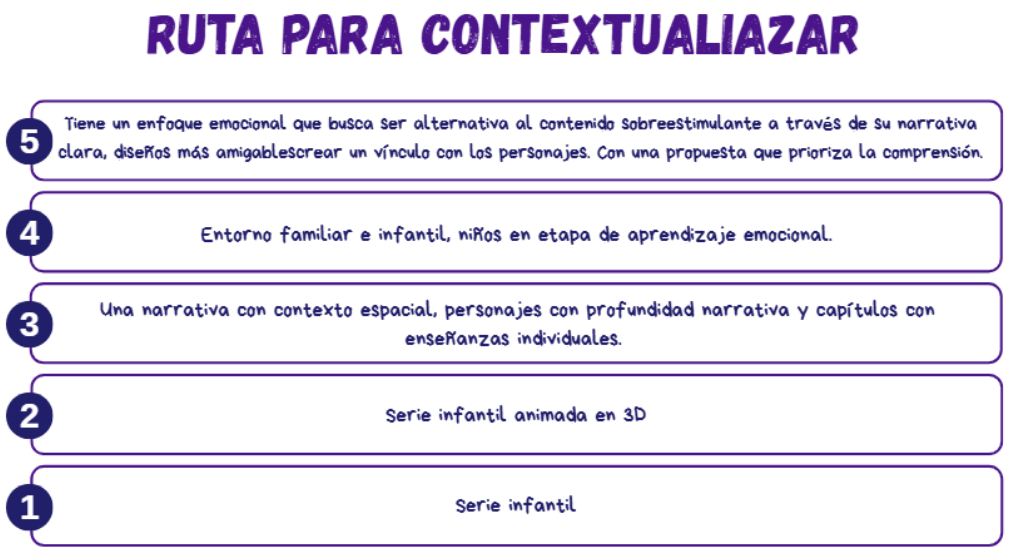
personaje tiene una personalidad reconocible y cumple una función dentro de la aventura. Entre ellos aparece el Gran Abuelo, quien guía a Nulito durante el viaje.

El proyecto busca sostener el interés del niño desde la historia, la curiosidad y los personajes. Por eso evita construir su atractivo únicamente desde cortes rápidos, ruido constante o saturación visual. La aventura, las canciones y los pequeños conflictos funcionan como recursos narrativos para que el niño quiera seguir mirando y entienda lo que está ocurriendo.

El diferencial de la propuesta está en poner la historia por encima de la cantidad de estímulos. "Nulito y los Colorcitos" no pretende ser una lección disfrazada de serie. Es una aventura infantil donde el miedo, la frustración, la amistad y el trabajo en equipo aparecen como parte natural de la historia.

Figura 5

Ruta para conceptualizar



Propuesta de valor

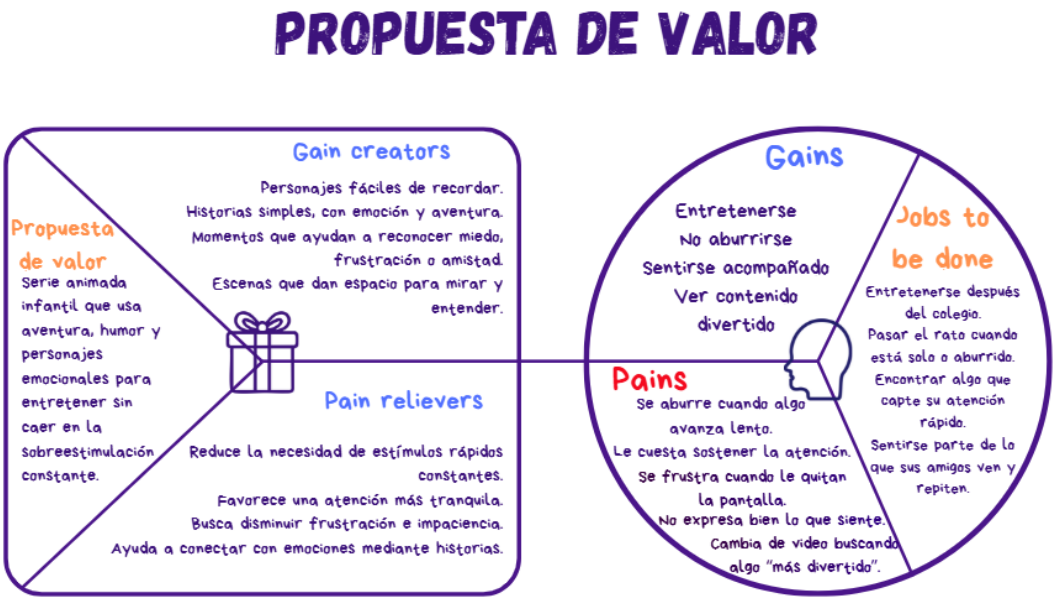
La propuesta de valor de “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial” consiste en ofrecer una serie animada infantil que convierte una aventura espacial en una experiencia entretenida para niños de 6 a 9 años. A través de personajes recordables, canciones y conflictos sencillos, la serie permite reconocer sentimientos como el miedo, la frustración, la amistad y la empatía.

Para los niños, la serie ofrece una historia con personajes que pueden recordar, colores que diferencian a cada integrante y situaciones fáciles de seguir. Para padres, cuidadores y docentes, representa una opción frente a contenidos infantiles que dependen demasiado de velocidad, repetición o ruido para mantener la atención.

El valor del proyecto está en construir entretenimiento desde la aventura y los personajes, no desde la saturación.

Figura 6

Canvas de Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

"Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial" es una propuesta de serie animada infantil digital dirigida a niños de 6 a 9 años. El producto principal consiste en episodios cortos ambientados en el espacio, donde Nulito y los Colorcitos viven aventuras que permiten trabajar emociones, amistad, frustración, empatía y trabajo en equipo.

La serie se plantea con una duración breve por episodio, considerando la capacidad de atención del público infantil. A partir de la entrevista realizada a la psicóloga infantil Fiorella Tinoco, se considera recomendable trabajar una duración aproximada de 5 a 10 minutos, para evitar que el contenido se vuelva extenso o pierda claridad para el niño.

Visualmente, el proyecto utiliza personajes coloridos y una estética espacial amigable. Los colores primarios cumplen un rol importante, ya que permiten que los niños reconozcan fácilmente a cada personaje y puedan identificarse con ellos. Cada Colorcito tiene una personalidad propia, lo que ayuda a diferenciar sus roles dentro de la historia.

La mecánica narrativa de la serie se basa en presentar un conflicto sencillo, desarrollar una aventura y resolverlo mediante apoyo grupal, comunicación y aprendizaje emocional. La intención no es que el mensaje sea explicado de forma directa o pesada, sino que aparezca dentro de la acción, las canciones, los diálogos y las decisiones de los personajes.

Además del episodio principal, el proyecto puede complementarse con piezas digitales como:

- Tráiler de presentación.
- Shorts animados.
- Canciones de los Colorcitos.
- Frases o clips de personajes.
- Publicaciones de fechas especiales.
- Actividades simples para padres o docentes.
- Dinámicas interactivas o juegos breves relacionados con la historia.

Desde el triple balance, el proyecto aporta en tres niveles. En lo social, propone contenido infantil que permite hablar de emociones y convivencia desde una historia animada. En lo económico, puede desarrollarse por etapas mediante tráiler, shorts y episodio piloto antes de escalar a una serie completa. En lo ambiental, al ser un producto digital, reduce el uso de materiales físicos y puede distribuirse mediante plataformas digitales.

Figura 7

Arte conceptual



2.5.5 Modelo de Negocio

Actualmente, parte del contenido digital infantil utiliza recursos sobreestimulantes como cortes rápidos, sonidos repetitivos, colores saturados y escenas muy aceleradas. Esto genera preocupación en padres, cuidadores y docentes, ya que puede influir en la atención, la autorregulación y la forma en que los niños procesan las emociones.

Frente a esta problemática, “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial” propone una serie animada infantil que entretiene mediante aventura, humor, canciones y personajes emocionales, sin depender de sobreestimulación visual o sonora constante.

La propuesta está dirigida principalmente a niños de 6 a 9 años, y considera como compradores o decisores a padres, cuidadores y docentes. Desde su modelo de negocio, el

proyecto puede distribuirse por canales digitales y expandirse mediante alianzas con productoras, editoriales, marcas escolares o plataformas infantiles.

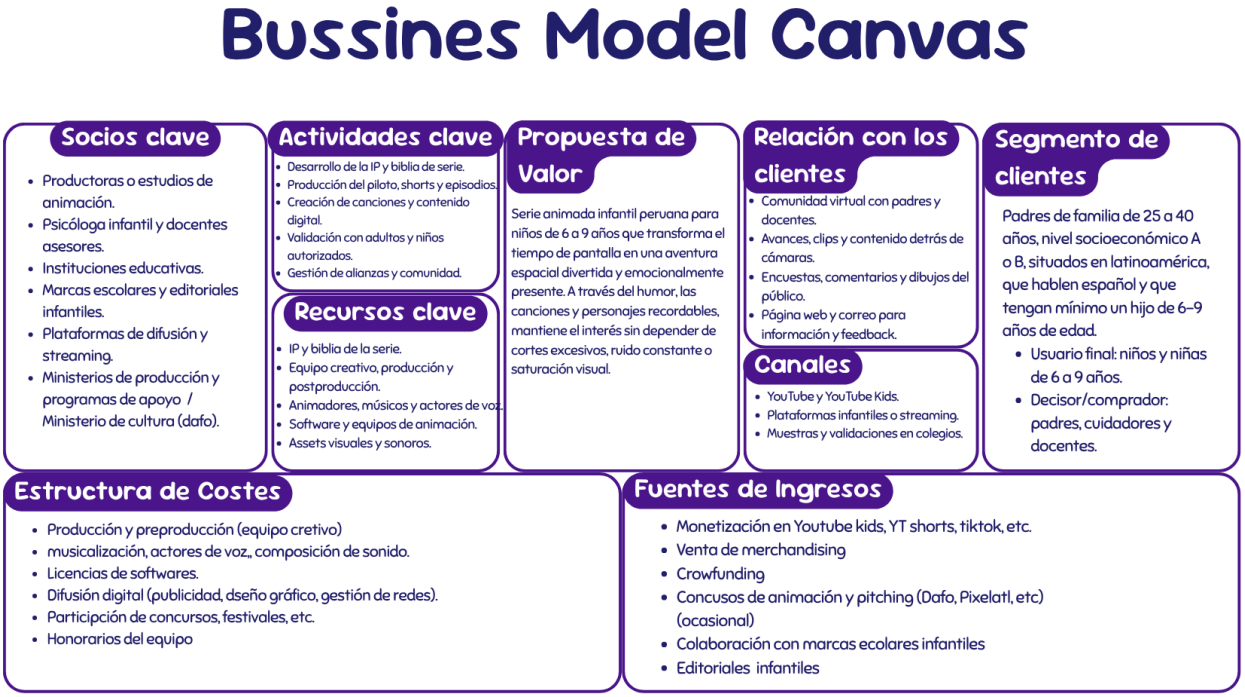
La implementación de formatos abreviados como YouTube Shorts y TikTok se consideran solo como canales para piezas cortas y de uso promocional, no como el formato principal de la serie, que mantiene episodios de mayor duración y ritmo pausado.

Como estrategia de sostenibilidad, el proyecto contempla una ruta de financiamiento progresiva. En una primera etapa se prioriza la validación del tráiler, la construcción de comunidad y el desarrollo de materiales de presentación como biblia de serie, pitch, presupuesto y plan de producción. Posteriormente, se plantea buscar coproducción, alianzas con editoriales o marcas escolares, monetización digital, campañas de crowdfunding y fondos audiovisuales como Ibermedia, siempre que el proyecto cumpla con los requisitos de postulación.

Estas fuentes no se consideran ingresos asegurados, sino alternativas posibles para financiar el episodio piloto y futuras etapas de expansión.

Figura 8

Business Model Canvas de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial".



2.5.6 Resultados esperados

Con el desarrollo de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial", se espera generar una serie animada que conecte con niños de 6 a 9 años mediante personajes, canciones, colores y una historia de aventura espacial.

Al entrar en contacto con el usuario, se espera que los niños puedan recordar a los personajes, identificar sus colores, reconocer canciones o frases simples y seguir el conflicto principal de la historia. También se espera que el ritmo narrativo mantenga su atención sin recurrir constantemente a cortes acelerados, sonidos invasivos o acumulación visual.

En relación con padres, cuidadores y docentes, se espera que la propuesta sea percibida como contenido adecuado para su edad y útil para conversar sobre miedo, frustración, amistad y trabajo en equipo. Las entrevistas realizadas refuerzan la importancia de trabajar una duración breve, controlar la cantidad de elementos en pantalla y generar conversación después de la visualización.

En el mercado, el proyecto puede iniciar su posicionamiento mediante el tráiler, shorts animados, canciones, publicaciones de personajes y activaciones en espacios infantiles o educativos. Estas acciones permitirán observar qué elementos generan mayor interés antes de producir el episodio piloto completo.

Como resultado inicial, se espera formar una comunidad de niños, padres y cuidadores interesados en el universo de Nulito y los Colorcitos. A partir de esta respuesta, se podrán ajustar duración, ritmo, escenas, canciones y diseño de personajes antes de pasar a una siguiente etapa de producción.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Para el desarrollo de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial", se plantearon prototipos de baja y alta definición con el objetivo de visualizar la propuesta, comunicar el universo de la serie y validar sus elementos principales antes de avanzar hacia un episodio piloto.

Prototipo de baja definición

El prototipo de baja definición está conformado por los primeros bocetos, diseños de personajes, exploración visual del universo espacial y estructura narrativa inicial. Estos elementos permiten visualizar la identidad del proyecto, diferenciar a los personajes y definir el tono general de la serie.

En esta etapa se trabajaron los personajes principales, especialmente Nulito y los Colorcitos, considerando sus colores, personalidades y roles dentro de la historia. El objetivo fue construir personajes simples, reconocibles y fáciles de recordar para niños de 6 a 9 años.

Figura 9

Arte conceptual Nulito



Figura 10

Arte conceptual Rojo



Figura 11

Arte conceptual Amarillo

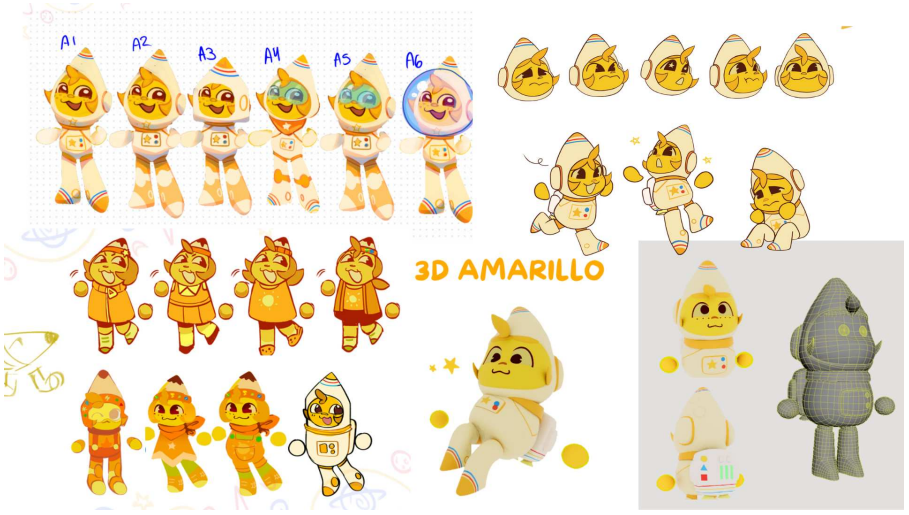


Figura 12

Arte conceptual Azul



Figura 13

Arte conceptual Gran Abuelo



Prototipo de alta definición

El prototipo de alta definición está representado por el tráiler de la serie, ya que permite mostrar de forma más cercana cómo se vería y sentiría el proyecto en una etapa más avanzada. Este tráiler presenta el universo visual, los personajes, los colores, el tono emocional y parte de la dinámica narrativa de la propuesta.

El tráiler permite validar si la historia se entiende, si los personajes resultan atractivos, si los colores conectan con el público infantil y si la propuesta logra comunicar una alternativa animada entretenida sin recurrir a sobreestimulación excesiva.

Figura 14

Capturas del tráiler de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial"



Función del prototipo

Los prototipos desarrollados permiten verificar tres aspectos principales del proyecto:

- Si los personajes son visualmente recordables.
- Si el universo espacial resulta atractivo para el público infantil.

- Si el tráiler logra contar una historia entendible sin requerir de estímulos innecesarios.

Además, estos prototipos sirven como base para futuras validaciones con niños, padres, cuidadores, docentes y especialistas. A partir de los comentarios recibidos, se podrán ajustar elementos como duración, ritmo, claridad del mensaje, diseño de personajes, canciones y escenas de tensión emocional.

2.5.8 Experimentos

Experimento 1: Encuesta exploratoria sobre contenido digital infantil y sobreestimulación

Se aplicó una encuesta exploratoria a 40 personas, de las cuales 36 dijeron tener trato directo con niños de 6 a 9 años. Los datos que siguen se calculan sobre el total de 40, salvo que se indique otra cosa.

Referencia: Ver Anexo 1.

Los resultados muestran que el uso de pantallas es frecuente en la rutina infantil. 12 encuestados indicaron observar este uso todos los días y 17 varias veces por semana. Las plataformas más mencionadas fueron TikTok, Roblox, Shorts o videos cortos, YouTube y YouTube Kids.

Respecto al tipo de contenido, las respuestas lo describen principalmente como caótico, muy rápido, repetitivo, ruidoso, acelerado y sobreestimulado. Además, 26 de 40 encuestados señalaron que los niños se aburren frecuentemente cuando el contenido es más lento o tranquilo.

También se identificaron comportamientos asociados al consumo digital: 18 de 40 encuestados observaron que los niños se molestan o frustran al dejar la pantalla; 26 de 40 notaron repetición de frases, canciones, sonidos o comportamientos vistos en internet; y 32 de

40 consideran que el contenido digital influye bastante en la forma de hablar o comportarse de los niños.

Finalmente, 29 de 40 encuestados consideran que actualmente sí hace falta contenido infantil con mejor manejo de ritmo, sonido e historia, mientras que 11 respondieron “tal vez”. Estos resultados refuerzan la oportunidad que hay de desarrollar esta propuesta.

Tabla 2

Recepción de hallazgos

Hallazgo	Interpretación	Ajuste para el proyecto
Contenido actual rápido, ruidoso y caótico	Existe preocupación por la sobreestimulación digital	Evitar exceso de cortes rápidos, sonidos fuertes y acumulación visual
Muchos niños se aburren con contenido más lento	Es un reto mantener la atención del niño sin llenar cada escena de estímulos.	Mantener aventura, canciones y curiosidad narrativa
Se observa frustración al dejar pantallas	El contenido digital puede generar dependencia o dificultad de transición	Usar duración breve y mensajes que inviten a tomarse un descanso
Se repiten frases, sonidos o conductas vistas en internet	El contenido influye en lenguaje y comportamiento	Revisar frases, canciones y gestos que los niños podrían repetir.
La psicóloga recomienda 5 a 10 minutos	La duración debe ajustarse a la atención infantil	Trabajar episodios cortos, con acciones fáciles de seguir.
La directora recomienda diálogo posterior	El contenido debe activar conversación, no solo consumo pasivo	Incluir preguntas o dinámicas para padres/docentes
Las emociones pueden trabajarse con cuidado	El miedo y la frustración pueden aparecer si la escena muestra cómo el personaje los enfrenta.	Presentar emociones sin intensificar visual o sonoramente la escena (evitando la exageración de emociones negativas)

Los resultados no buscan demostrar la efectividad final del producto, sino validar de manera exploratoria la existencia de una preocupación frente al contenido digital infantil sobreestimulante y recoger criterios de diseño para ajustar el prototipo audiovisual.

Experimento 2: Entrevista experta a psicóloga infantil

Se realizó una entrevista a la licenciada en psicología infantil Fiorella Tinoco, con el objetivo de validar criterios de duración, ritmo visual y manejo emocional para evitar que la propuesta se vuelva sobreestimulante.

Referencia: Ver Anexo 4.

La especialista recomendó trabajar una duración aproximada de 5 a 10 minutos, para que el contenido no se vuelva demasiado largo para el rango infantil.

Respecto a escenas de miedo, frustración o tristeza, indicó que no deben eliminarse necesariamente, sino trabajarse desde el reconocimiento de lo que siente el personaje. Esto permite que el niño reconozca lo que siente sin que la escena se vuelva demasiado intensa o difícil de procesar.

Experimento 3: Entrevista a directora de institución educativa

Se entrevistó a Cecilia de la Torre Wong, directora de la cuna jardín Capullitos de Jesús, para obtener una mirada desde el entorno educativo.

Referencia: Ver Anexo 5.

La directora señaló quelos contenidos audiovisuales para niños deben ser breves, fáciles de seguir y vinculados a un mensaje. También indicó que, después de mostrar un video, es importante conversar con los niños sobre qué entendieron, qué les gustó y cómo lo relacionan con su vida. Esto refuerza que el contenido no debe quedarse solo en estímulo visual, sino generar comprensión y diálogo.

Además, mencionó que muchos niños consumen contenido desde celulares o tablets, y que el uso excesivo de pantallas puede afectar la creatividad o la socialización. Por ello, recomendó incluir mensajes o dinámicas que inviten a jugar, conversar o compartir fuera de la pantalla.

Experimento 4: Focus group exploratorio (antecedente del proyecto)

Se tomó como antecedente un focus group previo con padres y familiares responsables. Esta información funciona como respaldo exploratorio sobre la percepción adulta frente al universo de Nulito y los Colorcitos, y no como validación final del proyecto actual.

Referencia: Ver Anexo 3.

Para esta investigación, solo se rescatan los puntos relacionados con la adecuación infantil, duración, comprensión del mensaje y participación del adulto. La guía del focus group incluyó preguntas sobre si el contenido era adecuado para niños, si los padres lo dejarían ver, si la duración era pertinente y si existían elementos que generaran dudas.

Hallazgos principales

Los hallazgos principales fueron los siguientes:

- La encuesta obtuvo 40 respuestas, con 36 respuestas válidas de personas con contacto cercano con niños de 6 a 9 años.
- El contenido infantil digital fue descrito principalmente como caótico, rápido, repetitivo, ruidoso y acelerado.
- 26 de 40 encuestados notan que los niños se aburren frecuentemente con contenido más lento o tranquilo.
- 18 de 40 observan molestia o frustración cuando los niños dejan la pantalla.
- 26 de 40 notan repetición de frases, canciones, sonidos o comportamientos vistos en internet.

- 32 de 40 consideran que el contenido digital influye bastante en la forma de hablar o comportarse de los niños.
- 29 de 40 creen que hace falta contenido infantil con mejor manejo de ritmo, sonido e historia.
- La propuesta debe ajustar duración, ritmo visual, sonido, colores y cantidad de elementos en pantalla.

La validación directa realizada con niños permitió obtener una primera aproximación sobre comprensión, atención y recepción del tráiler. Sin embargo, se recomienda ampliar esta validación con una muestra mayor y concentrada en el rango objetivo de 6 a 9 años.

Limitación del experimento

La principal limitación de la investigación es que la validación directa con niños fue de carácter exploratorio y se realizó con una muestra reducida. Además, algunos participantes tenían edades cercanas, pero no exactamente dentro del rango objetivo de 6 a 9 años. Por ello, los resultados obtenidos permiten identificar tendencias iniciales, pero no constituyen evidencia concluyente.

Experimento 5: Validación exploratoria del tráiler con niños y tutores

Se realizó una validación exploratoria del tráiler de "Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial" a 12 niños acompañados por sus padres, madres o tutores responsables. La muestra incluyó niños dentro y fuera del rango objetivo de 6 a 9 años, por lo que los resultados se interpretan como una primera aproximación y no como una validación concluyente. El objetivo fue recoger una primera respuesta frente al prototipo, considerando comprensión de la historia, recordación de personajes, atención y percepción del ritmo narrativo.

Los resultados muestran una recepción inicial positiva. Todos los participantes visualizaron el tráiler completo y lograron identificar la idea principal de la historia: Nulito vive una aventura en el espacio y aprende a enfrentar sus miedos con ayuda de sus amigos.

Además, en las respuestas abiertas se mencionaron elementos como Nulito, los Colorcitos, la nave dañada, la ayuda entre personajes y la aventura espacial.

Los 12 participantes visualizaron el tráiler completo. El 100% identificó correctamente la premisa principal de la historia y la mayoría de tutores calificó positivamente la atención, comprensión y ritmo narrativo del contenido.

Respecto a la atención, la mayoría de tutores indicó que los niños permanecieron atentos durante el tráiler y mostraron interés por seguir viendo la historia. En relación con la sobreestimulación, varios tutores percibieron el tráiler como más tranquilo que otros contenidos infantiles que suelen consumir los niños.

Estos resultados no muestran todavía un impacto concluyente sobre la sobreestimulación, pero sí sugieren una recepción favorable del prototipo y permiten orientar mejoras para una siguiente validación con una muestra más amplia dentro del rango objetivo de 6 a 9 años.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Para la implementación de “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial”, se elaboró un presupuesto resumido que contempla dos bloques principales: el desarrollo del piloto animado y la estrategia de marketing inicial. El presupuesto corresponde a una versión realista del proyecto que responde al mercado peruano, considerando una modalidad de trabajo principalmente virtual y una reducción de duplicidades dentro del equipo de producción.

El presupuesto total del proyecto asciende a S/ 155,530.00. De este monto, S/ 123,730.00 corresponden al desarrollo del piloto animado y S/ 31,800.00 al marketing inicial. Esta separación permite diferenciar el costo de producción del contenido audiovisual de los gastos necesarios para su difusión, presentación ante aliados y búsqueda de financiamiento.

Tabla 3

Resumen de presupuesto del episodio piloto

Código	Categoría	Presupuesto	Estímulo económico (S/)
A	ANIMACIÓN		
A.1	Preproducción	92,680.00	27,583.33
A.2	Producción	28,350.00	8,437.50
A.3	Post-producción	2,700.00	803.57
Subtotal A	**Proyecto de animación / piloto**	**123,730.00**	**36,824.40**
B	MARKETING		
B.1	Preproducción de marketing	13,400.00	3,988.10
B.2	Producción de marketing	12,850.00	3,824.40
B.3	Postproducción y distribución	2,700.00	803.57
B.4	Landing page / web opcional	2,850.00	848.21
Subtotal B	**Marketing**	**31,800.00**	**9,464.29**
TOTAL	**TOTAL DEL PROYECTO**	**155,530.00**	**46,288.69**

Nota: Información extraída del documento PRESUPUESTO PILOTO 2026 - AVENTURA ESPACIAL

El bloque de animación concentra la mayor parte del presupuesto, debido a que incluye las etapas necesarias para desarrollar el piloto: preproducción, producción y postproducción. La preproducción representa el monto más alto porque reúne la dirección, guion, arte, storyboard, modelado 3D, rigging, animática y preparación de los recursos antes de animar. Esta etapa es importante porque define la base narrativa, visual y técnica del episodio.

La producción incluye animación 3D, iluminación, efectos visuales, render, música y sonido. Por su parte, la postproducción contempla la edición, revisión final y acabado del material. En el caso de marketing, el presupuesto se plantea en una versión austera, priorizando gestión, piezas digitales, pauta controlada, postproducción de materiales promocionales y una landing page simple para presentar el proyecto ante posibles aliados, fondos o espacios de financiamiento.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El desarrollo de “Nulito y los Colorcitos: Aventura Espacial” permitió identificar una preocupación constante frente al contenido digital infantil sobreestimulante. La encuesta inicial aplicada a adultos cercanos a niños mostró que existe una percepción frecuente de contenidos rápidos, ruidosos, repetitivos y difíciles de soltar. También se identificaron comportamientos como aburrimiento frente a contenidos más lentos, frustración al dejar la pantalla y repetición de frases, sonidos o conductas vistas en internet.

A partir de estos hallazgos, el proyecto desarrolló una serie animada infantil ambientada en el espacio, centrada en Nulito y los Colorcitos. La propuesta utiliza aventura, personajes coloridos y canciones para trabajar sentimientos como el miedo, la frustración, la amistad y el trabajo en equipo. Su intención principal es construir interés desde la historia y los personajes, evitando que el atractivo dependa únicamente de estímulos rápidos o invasivos.

Las entrevistas realizadas a la psicóloga infantil Fiorella Tinoco y a la directora Cecilia de la Torre aportaron criterios importantes para el diseño del proyecto. Ambas coincidieron en la importancia de mantener una duración breve, controlar la cantidad de elementos visuales, trabajar las emociones sin exagerar las escenas y generar conversación después de que los niños vean el contenido.

La validación exploratoria del tráiler con 12 niños acompañados por sus tutores permitió recoger una primera respuesta del público infantil. Los resultados muestran que todos visualizaron el tráiler completo, identificaron la premisa principal de la historia y recordaron elementos como Nulito, los Colorcitos, la nave dañada y la aventura espacial. Además, la mayoría de tutores calificó favorablemente la atención, comprensión y ritmo narrativo del contenido.

Los resultados no prueban que la propuesta reduzca efectos psicológicos asociados al consumo digital. Lo que sí permiten afirmar es que el tráiler tuvo una recepción inicial favorable y fue percibido como menos intenso que otros contenidos infantiles consumidos habitualmente. Por ello, esta validación debe entenderse como una primera aproximación, no como una comprobación definitiva.

En el plano comercial, el proyecto muestra posibilidades de crecimiento mediante YouTube, YouTube Kids, shorts, canciones, productos editoriales y alianzas con productoras, editoriales o marcas escolares. Su avance dependerá de una producción por etapas, de nuevas pruebas con niños de 6 a 9 años y de la obtención de recursos para cubrir el presupuesto del episodio piloto.

En conjunto, el proyecto cuenta con una base narrativa, visual y comercial para continuar su desarrollo. La siguiente etapa deberá concentrarse en ampliar la validación con niños del rango objetivo, probar una versión más completa del episodio piloto y ajustar ritmo, duración, sonido y escenas antes de avanzar hacia una producción mayor.

4.2 Recomendaciones

Ajustes necesarios para la implementación

Antes de desarrollar el episodio piloto completo, se recomienda ampliar la validación realizada con una muestra mayor de niños entre 6 y 9 años, para obtener resultados más representativos sobre comprensión narrativa, atención, recordación de personajes, emociones identificadas y percepción de la sobreestimulación.

También se recomienda mantener los episodios dentro de una duración aproximada de cinco a diez minutos, siguiendo la recomendación obtenida en la entrevista con la psicóloga infantil. Las escenas relacionadas con miedo, frustración o peligro pueden mantenerse, pero deben presentarse de forma progresiva, comprensible y acompañadas por una resolución que muestre cómo los personajes reconocen y gestionan sus emociones.

Validación con el público infantil

La principal recomendación es ampliar la validación realizada con una muestra mayor de niños de 6 a 9 años. Esta validación debe realizarse con un grupo reducido y utilizando una ficha de observación que permita registrar:

- Tiempo de atención durante el tráiler
- Comprensión general de la historia
- Personajes y escenas que recuerdan
- Emociones que identifican
- Reacciones frente a sonidos, colores y cambios de escena
- Momentos en los que se distraen, se incomodan o pierden interés
- Deseo de continuar viendo la historia

Después de la visualización, se recomienda realizar preguntas simples para conocer qué entendieron, qué parte les gustó más y cómo creen que se sintieron los personajes. Esta prueba permitirá comparar la percepción de los adultos con la respuesta real del usuario final.

Nueva iteración del prototipo

A partir de los resultados obtenidos con los niños, se recomienda desarrollar una segunda versión del tráiler o una escena piloto ajustada. Los cambios pueden centrarse en reducir escenas cargadas, ordenar mejor las acciones, reforzar la relación entre personajes y revisar qué momentos hacen que el niño se distraiga o pierda interés.

Posteriormente, se puede realizar una segunda prueba con otro grupo de niños para comparar si los cambios mejoraron la comprensión, el interés y la respuesta emocional. Esta nueva iteración permitirá tomar decisiones más sólidas antes de invertir en la producción completa del episodio.

Escalabilidad y proyección futura

Se recomienda iniciar el proyecto con un episodio piloto de aproximadamente ocho minutos y utilizar el tráiler, canciones, shorts y piezas de personajes para presentar progresivamente la propiedad intelectual. La primera distribución puede realizarse mediante YouTube, mientras que las redes sociales pueden funcionar como medios de comunicación dirigidos principalmente a padres, cuidadores y docentes.

Después de validar el piloto, el proyecto puede ampliar su alcance mediante nuevos episodios, canciones, cuentos ilustrados, productos editoriales y alianzas con marcas escolares. Esta expansión debe realizarse de forma progresiva y únicamente después de comprobar qué personajes, historias y formatos generan una mejor respuesta en el público.

V. Referencias Bibliográficas

Calzada Vázquez, C. (2025). *Erosión cognitiva: Animación educativa frente a la sobreestimulación mediática* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. idUS. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/items/653f8273-885e-4a40-967c-a3c3810e73a9

Christakis, D. A., Ramírez, J. S. B., Ferguson, S. M., Ravinder, S., & Ramirez, J.-M. (2018). How early media exposure may affect cognitive function: A review of results from observations in humans and experiments in mice. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 115*(40), 9851–9858. https://doi.org/10.1073/pnas.1711548115

Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública. (2024). *Perú: Población 2024*. https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/PER%C3%9A%20POBLACI%C3%93N%202024.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024, 28 de febrero). *Aumentó la población usuaria de Internet en todos los grupos de edad en el primer trimestre de 2024*. https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/980106-aumento-la-poblacion-usuaria-de-internet-en-todos-los-grupos-de-edad-en-el-primer-trimestre-de-2024

Namazi, S. A., & Sadeghi, S. (2024). The immediate impacts of TV programs on preschoolers' executive functions and attention: A systematic review. *Cognitive Research: Principles and Implications, 9*(1). https://doi.org/10.1186/s40359-024-01738-1

Oflu, A., Tezol, O., Yalcin, S., Yildiz, D., Caylan, N., Ozdemir, D. F., Cicek, S., & Nergiz, M. E. (2021). Excessive screen time is associated with emotional lability in preschool children. *Archivos Argentinos de Pediatría, 119*(2), 106–113. https://doi.org/10.5546/aap.2021.eng.106

Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones. (2025). *Erestel 2025: Aumenta a 96 % los hogares peruanos que tienen acceso a internet fijo o móvil*. https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/erestel-2025-aumenta-a-96-los-hogares-peruanos-que-tienen-acceso-a-internet-fijo-o-movil/

Ponti, M. (2023). Screen time and preschool children: Promoting health and development in a digital world. *Paediatrics & Child Health, 28*(3), 184–191. https://doi.org/10.1093/pch/pxad017

Radesky, J. S., Seyfried, J. L., Weeks, H. M., Kaciroti, N., & Miller, A. L. (2022). Video-sharing platform viewing among preschool-aged children: Differences by child characteristics and contextual factors. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 25*(5), 287–293. https://doi.org/10.1089/cyber.2021.0235

Rodríguez García, C. B. (2025). *El efecto de la exposición a pantallas en el dibujo infantil de los niños y niñas de 4 a 5 años* [Trabajo final de grado, Universidad de Barcelona]. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona. https://hdl.handle.net/2445/221955

Varela Revelo, M. A., & Nieto Vargas, C. (2025). *Análisis del diseño de personajes en la serie Word Party de Netflix y su influencia en el desarrollo del TDAH* [Proyecto de grado, Universidad Autónoma de Occidente]. https://red.uao.edu.co/entities/publication/601bb768-874c-4f4c-8aff-2abda41467e8

VI. Anexos

6.1 Anexo 1: Encuesta sobre contenido digital infantil y sobreestimulación

https://docs.google.com/forms/d/18DDLnGkWmYSlaXyHnfNiEoln256-3F3X2XjgbaAxwJk/viewanalytics

6.2 Anexo 2: Reporte de Investigación de Mercado previo

https://docs.google.com/document/d/1oSy7pc3hYcqjFCBspbi7YDqOb20RPhiJ/edit?usp=sharing&ouid=115625101410860802396&rtpof=true&sd=true

6.3 Anexo 3: Focus group

https://www.youtube.com/watch?v=tQELP9F0s4Q

6.4 Anexo 4: Entrevista a psicóloga infantil Fiorella Tinoco

https://youtu.be/IhJh1XQYMmE

6.5 Anexo 5: Entrevista a directora Cecilia de la Torre Wong

https://youtu.be/7VG-Fypb3-k

6.6 Anexo 6: Prototipo visual y tráiler

https://drive.google.com/drive/folders/1PgYxDQnnDDB26QhlHBX41kCp2uWSC725?usp=drive_link

6.7 Anexo 7: Presupuesto Piloto

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vPsDV21ICPjsminLkuxO_N9WAH4_SnoF/edit?usp=drive_link&ouid=113044558101716996590&rtpof=true&sd=true

6.8 Anexo 8: Encuesta de validación del tráiler con niños y tutores

https://docs.google.com/forms/d/1CkatavavoU6dSfJTHeYnX8qFeBZRjpjmx2wzeGi086o/viewanalytics