ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Cáligo: Un proyecto transmedia dirigido a jóvenes y jóvenes adultos, que busca transformar el miedo en sanación

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

PRESENTADA POR

Jairo Misael Romero Coaquira
DNI: 72552245, Perú

ASESOR

Niuman José Mendoza Martinez
CE: 001167720, Venezuela
ORCID: 0000-0001-7094-235X

JURADO

Jasmine Erika Mora Sifuentes
Brandon Morales Palacios
Yohanna Anyelhy Villanueva Veramendi

Lima, septiembre 2026

Informe-2022175695-ROMERO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614524285

Fecha de entrega
15 ago 2026, 10:55 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
15 ago 2026, 11:03 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-2022175695-ROMERO.pdf

Tamaño del archivo
14.3 MB

52 páginas

8772 palabras

46.673 caracteres

11% 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
0% Publicaciones
10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

A mi mamá Gladys, a mis hermanos Paul, Aldo y Bruno, y a mis mascotas Temperance y Princesa por ser mis más grandes motivadores para terminar la carrera.

Agradecimientos

A mi familia por su apoyo incondicional para todo, tanto en la carrera como en mi día a día, sin ellos no podría estar donde estoy, ni ser la persona que soy.

A mis amigos de la carrera que siempre me animaron y acompañaron para concluir esta etapa.

A mis amigos del colegio por estar conmigo cuando más los necesitaba.

A quien en su momento fue mi pareja, por todo su apoyo, compañía y afecto en el transcurso de los ciclos, sé que la carrera hubiera sido menos llevadera sin él.

A los docentes Carassa e Ivone por darme todo su conocimiento y apoyo cuando cursé con ellos.

A Lana del Rey y Cupcakke por su música que me mantuvo cuerdo alrededor de estos ciclos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información General 10

1.1 Título del Proyecto de Innovación 10

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 10

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 10

II. Descripción de la Innovación 12

2.1 Planteamiento del Problema 12

2.2 Población beneficiaria 14

2.3 Objetivos del proyecto 16

2.4 Marco referencial 17

2.5 Proceso creativo y experimentos 18

2.5.1 Información sobre el usuario 18

2.5.2 Información sobre el Mercado 19

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 21

2.5.4 Diseño de producto o servicio 22

2.5.5 Modelo de Negocio 24

2.5.6 Resultados esperados 26

2.5.7 Prototipos desarrollados 26

2.5.8 Experimentos 31

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 39

III. Estimación de Costos 40

3.1 Presupuesto 40

IV. Conclusiones y recomendaciones 42

4.1 Conclusiones 42

4.2 Recomendaciones 43

V. Referencias Bibliográficas 44

VI. Anexos 45

6.1 Anexo 1: Resultados de la Encuesta 45

6.1 Anexo 2: Resultados de la Encuesta 51

6.1 Anexo 3: Presupuesto 52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla Receptora **38**
Tabla 2: Resumen de presupuesto por categoría **40**
Tabla 3: Pruebas del desglose de ítems por categorías **40**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Herramienta Árbol de Problemas **13**
Figura 2: Herramienta Mapa de Actores **15**
Figura 3: Arquetipo de Usuario **18**
Figura 4: Análisis FODA **19**
Figura 5: Tabla de Benchmarking **20**
Figura 6: Mapa de Propuesta de Valor **21**
Figura 7: Captura del Gameplay de la Novela Visual **24**
Figura 8: Canvas de Modelo de Negocio **25**
Figura 9: Arte Conceptual Dante Rojas **27**
Figura 10: Arte Conceptual María López **27**
Figura 11: Arte Conceptual de la Miniserie **28**
Figura 12: Arte Conceptual del Videojuego **28**
Figura 13: Storyboard del Tráiler **29**
Figura 14: Storyboard del Tráiler **30**
Figura 15: Storyboard del Tráiler **30**
Figura 16: Conteo de Edad **32**
Figura 17: Conteo de Género **32**
Figura 18: Conteo de Género de Series que más Consumen **34**
Figura 19: Conteo de Plataformas en las que Consumen Series **34**
Figura 20: Conteo de Interés por el Terror Psicológico **36**
Figura 21: Conteo de Plataforma de Streaming que más consumen de Videojuegos **37**

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Cáligo: Un proyecto transmedia dirigido a jóvenes y jóvenes adultos, que busca transformar el miedo en sanación"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

Este es un proyecto transmedia que busca visibilizar el miedo no como un factor negativo sino como un vehículo de sanación, dirigida a un público jovén de entre 18 a 30 años. Mediante una miniserie y una novela visual se busca introducir al público a un universo donde reflexionen junto con los protagonistas, sobre la salud mental y el porqué es importante afrontar las emociones, evitar rechazarlas y así poder aceptarlas. La misión y valores principales que busca la transmedia en sí, son: la aceptación, la introspección y la resiliencia.

La solución innovadora presentada como propuesta de valor consiste en una miniserie animada de 8 capítulos con una duración de 2 a 3 minutos cada uno, se trata de una producción que es protagonizada por un adolescente que busca superar su trauma a lo largo de su estancia dentro de un espejo que lo transportó a "Cáligo", está planificado postular el piloto en festivales de animación y posteriormente ser lanzado en la plataforma de YouTube, a su vez, está la novela visual de 4 capítulos con una duración de 15 minutos cada uno, este será una producción protagonizada por una investigadora retirada por un error en un caso que puso en riesgo a un informante, en medio de su investigación con el fin de redimirse, es interrumpida y transportada por este espejo mismo nuevamente a "Cáligo", está planificado postular la demo en festivales de videojuegos para posteriormente ser lanzado en la plataforma de juegos de Steam. El proyecto será realizado por un equipo de animadores peruanos con el fin de la promoción de la industria nacional además de impulsar el trabajo de animación dando oportunidades laborales.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Cáligo: lugar donde las personas con emociones desbordadas son llevadas para ser consumidas por "Flexus", una entidad que surgió en la primera guerra mundial a partir de todas las personas que sufrieron en esta época. A diferencia de otros relatos de

terror, aquí los monstruos tienen funciones claras: Flexus representa el miedo o trauma más grande de quienes llegan a Cáligo, los Lypnus son voces del pasado que cazan a las personas y el espejo es el nexo entre la memoria y la realidad. En este lugar las entidades que habitan ahí atormentan a los que son transportados para despertar sus miedos y/o traumas más profundos con el objetivo de que nunca puedan salir, ya que la única manera de escapar es aceptándose a uno mismo.

El público objetivo tanto para la miniserie "Sombras en el Reflejo", como para la novela visual "La Grieta en mi Nombre", son personas hispanohablantes mayores de 16 años. En cuanto a la miniserie estos deben estar interesados en el terror psicológico, mundos paralelos, misterio y exploración introspectiva, y en cuanto a la novela visual, jugadores amantes de novelas visuales, juegos de exploración y misterios que resolver; además que deben tener un nivel socioeconómico medio alto.

La misión del proyecto es crear experiencias tanto narrativas como interactivas que utilizan géneros como el terror psicológico y la fantasía oscura como un espejo de las emociones humanas más profundas que no están resueltas. A través de mundos inmersivos y decisiones significativas, se busca invitar a los jugadores a reflexionar sobre el duelo, la culpa y la resiliencia, transformando el miedo en un vehículo para la empatía y la sanación.

Mediante encuestas y focus group, se definirá cuál es el público objetivo para ambos proyectos, cuáles son las plataformas que más usarían para visualizar o jugar con estas transmedias, además de saber si es que la historia o universo narrativo funciona y gusta al público, y a partir de ello enfocar la atención en estos aspectos, y así se pudo actualizar recientemente todos los cambios, arreglos y sugerencias, para que tenga un mejor alcance en el mercado audiovisual y en el entretenimiento.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1 Planteamiento del Problema

Muchos adultos hoy en día presentan dificultades para reconocer, expresar y gestionar sus emociones debido a experiencias traumáticas o situaciones adversas vividas durante su infancia y adolescencia que nunca fueron abordadas adecuadamente. Estas problemáticas, en muchos casos, han sido normalizadas tanto dentro del entorno familiar como por la sociedad, perpetuando patrones de abuso psicológico, negligencia emocional y estigmatización de la salud mental. Como consecuencia, se genera un ciclo intergeneracional que dificulta el desarrollo de habilidades socioemocionales y la búsqueda de ayuda profesional cuando aparecen síntomas de ansiedad, depresión o estrés crónico.

En Perú, la salud mental constituye un desafío de salud pública. Según el Ministerio de Salud (MINSA), durante el año 2024 se registraron más de 1,8 millones de atenciones relacionadas con trastornos mentales y problemas psicosociales en establecimientos públicos de salud (MINSA, 2025). Entre los casos más frecuentes se encontraron los trastornos de ansiedad, la depresión y los trastornos emocionales en niños y adolescentes, todas tendiendo más de 10 000 atenciones por cada caso. Asimismo, el país cuenta actualmente con 291 Centros de Salud Mental Comunitaria distribuidos a nivel nacional, una cifra que refleja los esfuerzos del Estado por ampliar la cobertura, aunque aún persisten brechas importantes en acceso, prevención y educación emocional.

A pesar de que la salud mental influye directamente en el rendimiento académico, laboral y social de las personas, continúa siendo un tema rodeado de prejuicios. Muchas personas aún consideran que acudir a terapia psicológica es un signo de debilidad o algo innecesario si no existe una crisis evidente. Esta percepción limita la detección temprana de problemas emocionales y contribuye a que miles de personas no reciban apoyo profesional oportunamente. De hecho, solo durante 2024 los Centros de Salud Mental Comunitaria atendieron más de 386 mil casos, evidenciando una demanda creciente de servicios especializados.

La situación resulta especialmente preocupante en adolescentes y jóvenes. La Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que los trastornos mentales representan una de las principales causas de enfermedad y discapacidad entre los

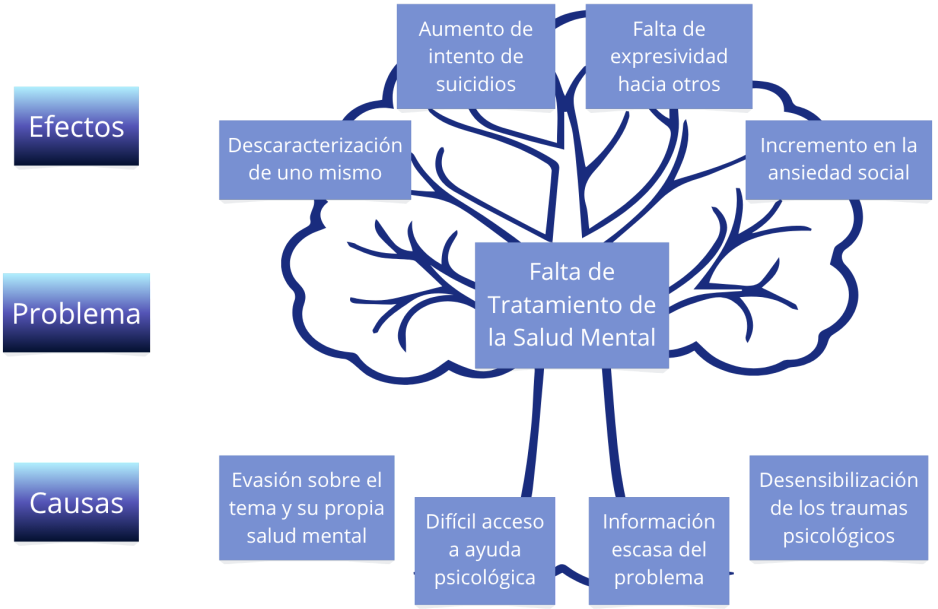
jóvenes a nivel mundial, mientras que el suicidio se encuentra entre las principales causas de muerte en personas de 15 a 29 años (OMS, 2024). Factores como la presión académica, la incertidumbre sobre el futuro, los conflictos familiares, el aislamiento social y la constante exposición a redes sociales han incrementado los niveles de ansiedad, estrés y problemas de autoestima en esta población. Estos factores pueden derivar en dificultades para construir una identidad sólida, expresar emociones de manera saludable y establecer relaciones interpersonales satisfactorias.

Frente a esta realidad, mediante un proyecto transmedia se está buscando conectar con los jóvenes a través de narrativas, personajes y experiencias inmersivas que les permitan reflexionar sobre la importancia de la salud mental, la sanación emocional y la aceptación personal. A través de diferentes plataformas y universos narrativos, los protagonistas de estas historias, se enfrentarán a conflictos relacionados con la identidad, el trauma, el duelo, la autoestima y las relaciones humanas, invitando a la audiencia a reconocerse en estas experiencias. De esta manera, el proyecto busca contribuir a la sensibilización sobre un tema históricamente invisibilizado, promoviendo espacios de diálogo, empatía y comprensión que fomenten una cultura de mayor cuidado y conciencia sobre la salud mental.

A continuación tenemos la herramienta "Árbol de Problemas" la cual se utilizó para lograr comprender el problema, entender lo que los causó y las repercusiones de este, para así tener un mejor enfoque en la solución que se está proponiendo.

Figura 1:

Herramienta Árbol de Problemas



Fuente: Elaboración Propia

La problemática que se detectó se enmarca dentro de la **ODS 3: Salud y bienestar**, ya que mediante las transmedias se quiere ayudar y visibilizar la importancia de la salud mental a un público joven, también la **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico**, ya que el proyecto al ser una animación originaria de Perú, en la realización de estas transmedias se quiere destacar el esfuerzo de animadores locales, ofreciéndoles empleos, y así, dándoles una oportunidad de trabajo en este campo laboral tan recóndito.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria directa de este proyecto está conformada por jóvenes y jóvenes adultos entre 18 y 30 años de provincias alrededor del Perú, quienes buscan contenido multimedia, tanto audiovisual como interactivo o recreativo que los acompañe a poder comprender más de sí mismos y como superar o aceptar el trauma que se les ha generado a lo largo de su vida. Estos jóvenes o jóvenes adultos se caracterizan por consumir plataformas de streaming como Youtube, y también plataformas de videojuegos como Steam, además de tener acceso a la web por medio de conexión a internet. El principal desafío que enfrentan es la falta de entendimiento de sus propias emociones y sentimientos, lo cual les provoca dificultades al momento de socializar.

A su vez, de manera indirecta, la propuesta beneficiará a las distintas comunidades de Internet y comunidades sociales, quienes podrán acceder a esta miniserie y novela visual, lo que promueve la aceptación y reconocimiento del trauma. Asimismo, instituciones como el Ministerio de Educación y el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social podrán aprovechar estos espacios para que los jóvenes interesados por novelas visuales y series con tramas maduras puedan tener un espacio para poder reflexionar y así transformar sus miedos en sanación.

Con el fin de comprender mejor a la población beneficiaria y las relaciones que influyen en su desarrollo, se incluye un mapa de actores que organiza a los diferentes grupos en tres niveles de relación:

Centrales:

- Jóvenes con falta de Conciencia Emocional (beneficiarios principales).

Directos:

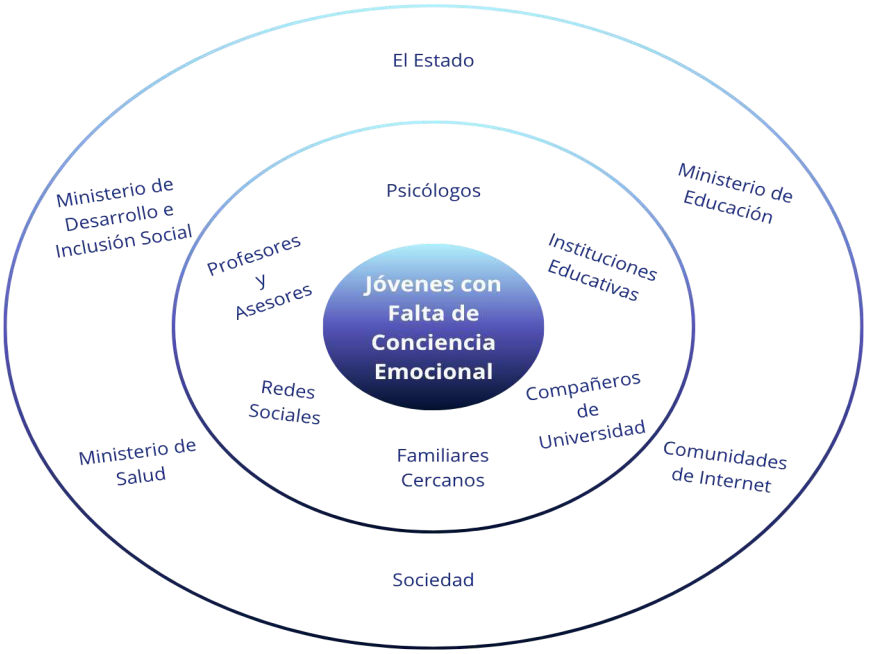
- Psicólogos (ayuda en la salud mental).
- Instituciones Educativas (formación y asesoría).
- Profesores y Asesores (formación y asesoría).
- Redes Sociales (influye en cuanto a un mejor conocimiento de la salud mental).
- Familiares Cercanos (formación personal).

Indirectos

- El Estado (aprobación de leyes).
- Ministerio de Educación (políticas de fomento educacional).
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (políticas de fomento social).
- Ministerio de Salud (políticas de fomento de la salud mental).
- Internet y las Comunidades (información de la salud mental).
- Sociedad (formación personal).

Figura 2:

Herramienta Mapa de Actores



Fuente: Elaboración Propia

Análisis integrado

El análisis del mapa de actores nos muestra cómo los jóvenes con falta de conciencia emocional, que serían los actores centrales, forman el núcleo de la presente propuesta, pero estos dependen de la toma de acción de actores directos como instituciones educativas, compañeros de universidad, redes sociales, psicólogos, profesores y asesores, y familiares cercanos de los beneficiarios principales. A su vez, lo que condiciona la sustentabilidad del proyecto, es el apoyo e información de actores indirectos, tales como el Estado, los Ministerios de Educación, de Desarrollo e Inclusión Social, y de Salud, además de las comunidades de internet, como foros, grupos y blogs, y la sociedad. Estas conexiones le dan forma y fundamenta la importancia del proyecto, debido a que satisface las necesidades básicas de los beneficiarios directos, así como también provocan un impacto positivo en la sociedad y en lo esencial que es la conciencia emocional.

2.3 Objetivos del proyecto

Objetivo general:

Incrementar el conocimiento e importancia de la salud mental en los jóvenes de Lima pasando por el encuentro de su propia identidad, afrontando sus miedos y traumas, logrando que un 76% de los jóvenes empaticen con los problemas emocionales de los personajes principales, mediante encuestas, comentarios y visualizaciones en redes sociales.

Objetivos específicos:

Identificar el tipo de conexión que tienen los jóvenes hacia el presente proyecto, para identificar mínimo 5 puntos que cautivaron al público y reforzarlos.

Proponer un teaser y seleccionar los puntos claves decididos por medio de una encuesta de 17 preguntas.

Ejecutar la producción de la demo y evaluar su alcance en redes sociales con el objetivo de 500 descargas en 2 semanas.

2.4 Marco referencial

En las últimas décadas, se han desarrollado diversas series animadas que abordan gran sensibilidad, realismo de los trastornos, el duelo la ansiedad y el trauma, se quiere destacar una de las series más reconocidas a nivel mundial, que han generado el impacto utilizando la comedia y fantasía para hablar con el público de los problemas emocionales y cómo estos pueden ser un ciclo destructivo en las personas; “Bojack Horseman”, va sobre un caballo antropomórfico el cual está en su punto más bajo de su carrera, debido a que se aferra a su pasado hostil y decide seguir viviendo con este. Mediante su autosabotaje, aislamiento y culpa, a lo largo de la serie nunca llega a mejorar como persona y recae constantemente en los mismos errores. Las enfermedades mentales suelen ser enfermedades abstractas que pueden resultar difícil de visualizar, por lo que un enfoque físicamente realista puede tener dificultades para lograr representaciones adecuadas. Por ello, algunas de las representaciones más aclamadas de enfermedades mentales tienden a emplear lo fantástico y lo surrealista, llevando la realidad a dimensiones absurdas para mostrar el profundo impacto y los tremendos efectos que las enfermedades mentales tienen en las personas que las padecen (Pabst, 2017).

Al principio, “Steven Universe” puede parecer una típica serie animada infantil con una paleta de colores pasteles y aventuras fantasiosas emocionantes. Sin embargo, a medida que exploramos la vida del protagonista, Steven, descubrimos una complejidad psicológica que va más allá de las expectativas de un programa para niños (Johnson, 2023). Esto deja en claro que en la actualidad existen diversas series que abordan temas de salud mental, provocando un gran impacto en los consumidores, para tener un mejor conocimiento y visibilidad de estos.

En base a lo mencionado anteriormente, “Sombras en el Reflejo” es una serie que narrativa y visualmente busca personificar los traumas de los personajes para que los espectadores empaticen con sus problemas y carencia de salud mental, esto mediante un balance de terror psicológico y reflexión introspectiva.

2.5 Proceso Creativo y Experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario

Basándonos en el diseño de arquetipo de usuario, se ha identificado que el público objetivo se centra en jóvenes de entre 18 a 30 años de edad con un nivel socioeconómico medio a alto que sean grandes consumidores de las series animadas y novelas visuales de género terror psicológicos desarrolladas principalmente por empresas independientes. Este público se ubica en zonas urbanas y tienen fácil acceso a plataformas de streaming, además de ser muy activos en sus redes sociales, compartiendo gustos con otras personas y opinando de temas importantes para ellos. Este usuario se define por la falta de consciencia emocional y evasión de la salud mental, en muchos casos la convivencia con familiares reservados en el tema no los ayuda a notar esta carencia de consciencia emocional, además el no saber nada acerca del tema hace que busquen sobre estimulaciones para calmar ese malestar mental que no logran procesar, agraviando así su situación.

Figura 3:

Arquetipo de Usuario



Fuente: Elaboración Propia

2.5.2 Información sobre el Mercado

La principal ventaja de Cáligo en el mercado peruano es que no hay un competidor consolidado, por lo que el primer estudio que logre estructurar una propuesta sólida con un modelo de negocio sostenible capturará una ventaja competitiva masiva en Perú. Además existe una alta demanda de terror en el cine peruano; sin embargo, debido a la falta de proyectos nacionales enfocados en el público joven adulto esta audiencia queda desatendida cuando se busca el formato de animación (Contreras, 2026). Un desafío muy grande para este proyecto es la paga de tarifas muy bajas por contenido local en Perú (Ailes & Zavaleta, 2026), así se logre recibir estímulos por parte del gobierno peruano, este no logra cubrir la capital necesaria para un episodio piloto animado. No obstante, las novelas visuales actualmente ya no tienen un reconocimiento tan alto como antes, pero gracias al género de terror psicológico es que esta llega a tener relevancia para el público, además mediante la ayuda de streamers se busca alcanzar la viralidad de la demo antes de su lanzamiento en Steam.

Figura 4:

Análisis FODA



Fuente: Elaboración Propia

Si el proyecto solo dependiera del público peruano para recuperar la inversión, este negocio no sería sostenible, por ende un reto estratégico será el aplicar a fondos internacionales como los de Impact o Indie Fund, y buscar coproducciones con países que ya tienen un mercado sostenible de animación como en México y Argentina. La miniserie busca viralizarse mediante el lanzamiento de su episodio piloto, con un alcance de 500 000 vistas en la plataforma de YouTube en un rango menor de dos semanas y en Instagram alcanzar una mayor cantidad de interacción en la semana del lanzamiento, mientras que la demo de la novela visual será lanzada en Steam, teniendo como objetivo tener un alcance mínimo de 10 000 mil descargas en la primera semana de lanzamiento. Aprovecharemos las redes sociales y nuestro público juvenil para poder desarrollar una comunidad unida que apoya el proyecto como en varios casos de series actuales, debido a que en la actualidad los proyectos independientes son mejor acogidos por las diversas comunidades.

Figura 5:

Tabla de Benchmarking

TABLA DE BENCHMARKING

Serie Independiente	Temática	Fortalezas	Debilidades	¿Cómo Mejoro?
Murder Drones	Trauma, identidad y violencia psicológica	Alta calidad visual y fandom activo	Narrativa compleja en poco tiempo	Mejorar la planificación narrativa y visual de sus episodios para mantener un equilibrio entre impacto emocional, claridad y ritmo.
ENA	Identidad, ansiedad y surrealismo	Estilo experimental único y estética memorable	Narrativa abstracta puede confundir	Aprender a equilibrar simbolismo y claridad narrativa para mantener la reflexión psicológica sin perder la comprensión del espectador
Cáligo	Salud mental, trauma y sanación emocional	Enfoque introspectivo y representación simbólica del miedo	Financiamiento y posicionamiento inicial	Consolidarse diferenciándose como una propuesta latinoamericana enfocada en salud mental, aprovechando el storytelling emocional.

Fuente: Elaboración Propia

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

"Cáligo" es un proyecto transmedia de terror psicológico y fantasía oscura que busca transformar el miedo en una herramienta de reflexión, aceptación y sanación emocional. La propuesta construye un universo narrativo donde los traumas, la culpa, la ansiedad y los conflictos internos toman forma a través de entidades y escenarios simbólicos que representan el estado emocional de los personajes. Dentro de este mundo, Cáligo funciona como un espacio metafórico al que llegan personas consumidas por emociones desbordadas, enfrentándose a criaturas como "Flexus", una entidad nacida del sufrimiento humano, y otros elementos que simbolizan recuerdos, heridas emocionales y pensamientos reprimidos. A diferencia de otras historias de terror centradas únicamente en generar miedo, este proyecto utiliza el horror como un lenguaje emocional que permite explorar la salud mental desde una perspectiva introspectiva y humana. Mediante el formato como una miniserie, la narrativa busca conectar con jóvenes y jóvenes adultos que atraviesan conflictos emocionales, incentivándolos a reflexionar sobre la importancia de aceptar sus emociones y enfrentar sus propios temores. Asimismo, el proyecto combina storytelling inmersivo y construcción simbólica para generar una experiencia emocional profunda, donde el verdadero escape no depende de derrotar monstruos externos, sino de aceptar las heridas internas y reconstruir la identidad personal.

Figura 6:

Mapa de Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración Propia

La propuesta de valor de Cáligo radica en ofrecer una experiencia innovadora que fusiona entretenimiento, narrativa emocional y concientización sobre la salud mental a través del terror psicológico y la fantasía oscura. El proyecto se diferencia dentro del mercado peruano porque no solo busca entretener, sino también generar empatía y reflexión en un público joven que muchas veces enfrenta ansiedad, inseguridades, traumas y/o dificultades para expresar sus emociones. A través de personajes complejos, mundos inmersivos y experiencias interactivas, Cáligo permite que los espectadores y jugadores se identifiquen con los conflictos emocionales representados en la historia, convirtiendo el miedo en un medio para comprenderse mejor a sí mismos. Además, la propuesta aprovecha el formato transmedia para expandir la conexión emocional del usuario mediante distintos canales narrativos, permitiendo que cada plataforma aporte una experiencia única al universo de la obra. Otro aspecto diferencial es que busca impulsar la animación independiente peruana, creando oportunidades para artistas y animadores locales dentro de una industria aún un poco desarrollada en el país. De esta manera, Cáligo no solo aporta una narrativa innovadora enfocada en la salud emocional y la introspección, sino también una propuesta cultural y audiovisual capaz de conectar con las nuevas generaciones, construir comunidad en redes sociales y posicionarse como una alternativa distinta dentro del entretenimiento juvenil contemporáneo.

2.5.4 Diseño de producto o servicio

Cáligo es una transmedia que combina dos formatos audiovisuales, por su parte como primer item la novela visual, el troncal de toda la transmedia, con un estilo visual 3D inmersivo, la cual está en un formato 4 x 15, esto quiere decir que son 4 niveles que duran 15 minutos aproximadamente; y consecuente a este la miniserie que tiene un estilo visual 2D, con un formato de 8 x 2-3, o sea 8 capítulos que tienen una duración de 2 a 3 minutos. Asemejándose así con los formatos audiovisuales independientes que están teniendo mayor reconocimiento hoy en día. El proyecto transmedia se centra en las diferentes maneras en las que nuestros dos personajes principales conviven, procesan y aprenden del duelo, pero no solo hablando de la pérdida de un ser querido, sino de la pérdida de identidad de uno mismo, estos han llegado a este mundo paralelo por medio de un espejo, y en este nuevo mundo deben enfrentar sus miedos personificados e intentar escapar de ahí lo antes posible, antes de que sus almas sean

consumidas por Flexus, la entidad mayor que gobierna este mundo.

En la novela visual, una ex-investigadora, en busca de redención, toma con sus propias manos un caso de 3 desaparecidos como evidencia en común un espejo, descubriendo que lo que afronta trasciende el caso, mediante este espejo se extiende el desarrollo narrativo, dando paso así a la expansión del universo Cáligo, además de estar implementado con un estilo 3D inmersivo donde el usuario interactúa con el ambiente y también una perspectiva en primera persona con la cual el usuario va resolviendo los casos de las personas desaparecidas e intentando redimirse para encontrar una salvación.

Mediante las entidades que habitan este lugar, Cáligo representa diferentes traumas o miedos que tienen nuestros personajes, por ejemplo los “Lypnus” que son voces del pasado que te acechan, el “Cambiaformas” el cual se convierte en aquello que te da miedo, y “Flexus”, la representación del duelo y distorsionador de realidades, dejando en claro como a veces nuestros propios recuerdos y mente nos traicionan, esto permite que la audiencia pueda conectar con esta realidad tan cruel que viven nuestros personajes, y los lleva a reflexionar sobre la importancia de la salud mental, ya que estas entidades no siempre están en Cáligo, sino también en nosotros.

En cuanto a la implementación del triple balance dentro del proyecto, en el aspecto social, este sería una compañía y apoyo para el público de jóvenes y jóvenes adultos que les ayudaría a sanar el trauma y aceptarse a sí mismos, generando conciencia en cuanto a la salud mental; por el lado medioambiental, Cáligo se trabajará de manera remota, en un estudio virtual, logrando así ahorrar la posible contaminación generada por un estudio presencial; por último, en la parte económica, los gastos son bastante reducidos por ser un estudio virtual, muy aparte de considerar que la mano de obra en animación y videojuegos en Perú es más económica y accesible que en otros lugares.

Figura 7:

Captura del Gameplay de la Novela Visual



2.5.5 Modelo de Negocio

Previo a llegar a la producción de la novela visual y la miniserie, se busca desarrollar una demo de la novela visual y un episodio piloto que facilite el apoyo para la producción de Cáligo. Ambos transmedias de Cáligo se planean desarrollar en un lapso de 6 meses, 1 mes de preproducción, 2 mes de producción de la demo y piloto, 1 mes de post producción y 2 meses de marketing. Esta demo de la novela visual será patrocinada por streamers, mientras que el piloto será publicado en la cuenta de YouTube, previo a esto se realizará la publicación de un teaser para que la cuenta pueda ir creciendo y lograr alcanzar la meta de suscriptores o visualizaciones, para a partir de esto poder monetizar el piloto.

A través del Business Model Canvas se identifica que Cáligo basa su propuesta de valor en ofrecer una experiencia narrativa inmersiva que combine animación, novela visual y contenido interactivo. Los principales costos se concentrarán en la producción de la demo de la novela visual y el piloto de la miniserie, la participación en festivales internacionales permitirán posicionar el proyecto dentro de la industria independiente. En cuanto al financiamiento, se buscará acceder a fondos estatales como DAFO,

establecer alianzas de coproducción internacional y desarrollar campañas de crowdfunding. Asimismo, Steam será el principal canal de distribución, aprovechando su alcance global, además de servir como vitrina para atraer futuros socios comerciales y posibles inversionistas. La difusión se complementará con redes sociales y comunidades digitales que fortalezcan la relación con el público objetivo. Además que al usar Youtube como plataforma de distribución del teaser, dará grandes beneficios por la posibilidad de monetización y fácil acceso a diferentes socios interesados en producir un miniserie de terror psicológico, un género no muy presente en la comunidad independiente.

Figura 8:

Canvas de Modelo de Negocio



Fuente: Elaboración Propia

2.5.6 Resultados Esperados

Al momento de lanzar la demo de la novela visual el objetivo es llegar a 200 descargas el primer día de lanzamiento en la plataforma de Stream, previamente habiendo hecho publicidad de este en redes sociales, y en canales de Youtube junto con streamers que van a patrocinar este. En cuanto a nuestro piloto, nuestro estimado mínimo es de 500

000 visualizaciones en las primeras 2 semanas de estreno en Youtube, plataforma en la que será publicado, sin antes haber realizado una campaña en redes sociales, para así tener una mayor viabilidad durante el día de estreno. Mediante las redes sociales y previo lanzamiento del teaser, se espera la creación de una comunidad de fans que apoyen este proyecto, fomentando su visualización, y en algunos casos aportando de manera económica, logrando así que este espisodio piloto tenga impacto en la industria ayudandonos a la realización de la coproducción y producción, así como el financiamiento de toda la serie.

En cuanto al público, el proyecto les enseña más acerca de la importancia de la salud mental, provocando que tengan más conciencia sobre esto y sean capaces de hablar del tema sin tabúes y pedir ayuda a profesionales.

2.5.7 Prototipos desarrollados

La propuesta del proyecto se presenta usando conceptos visuales e imágenes llamativas con el propósito de que el arte actúe como el principal vehículo de comunicación hacia el público contándoles sobre la naturaleza del mundo que construimos y la profundidad de sus personajes, esto iniciando como un prototipo de baja fidelidad para que vean visualmente el desarrollo de nuestro universo en la historia, facilitando así la comprensión del tono, la atmósfera y la dirección artística general de la historia en sus etapas más tempranas.

Figura 9:

Arte Conceptual Dante Rojas



Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

Figura 10:

Arte Conceptual María López



Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

Figura 11:

Arte Conceptual de la Miniserie



Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

Figura 12:

Arte Conceptual del Videojuego

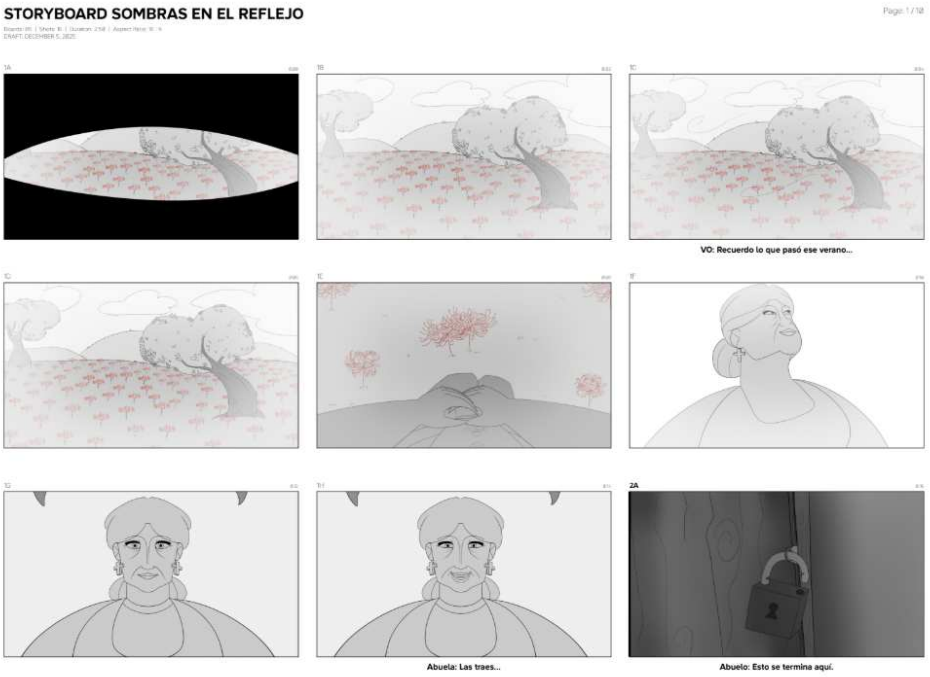


Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

En lo que respecta a las mejoras y optimizaciones implementadas en la transición hacia el prototipo de alta fidelidad se desarrolló una animática con una duración de 2 minutos con 21 segundos, en el cuál para su desarrollo se utilizó el software estándar de la industria Toon Boom Harmony, una herramienta que permitió materializar este teaser y presentarlo de manera sólida a el público, con el objetivo de crear la coreografía con los escenarios específicos para un buen resultado final (Pérez y Pérez, 2022), logrando así sumergir a los espectadores en la atmósfera de la historia, el ritmo de los sucesos y las complejas vivencias de los personajes.

Figura 13:

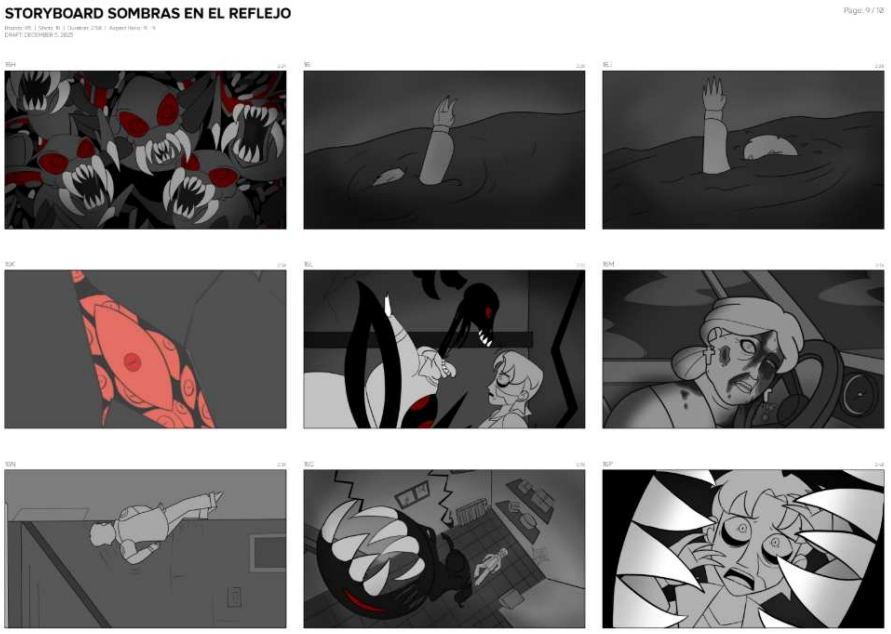
Storyboard del Tráiler



Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

Figura 14:

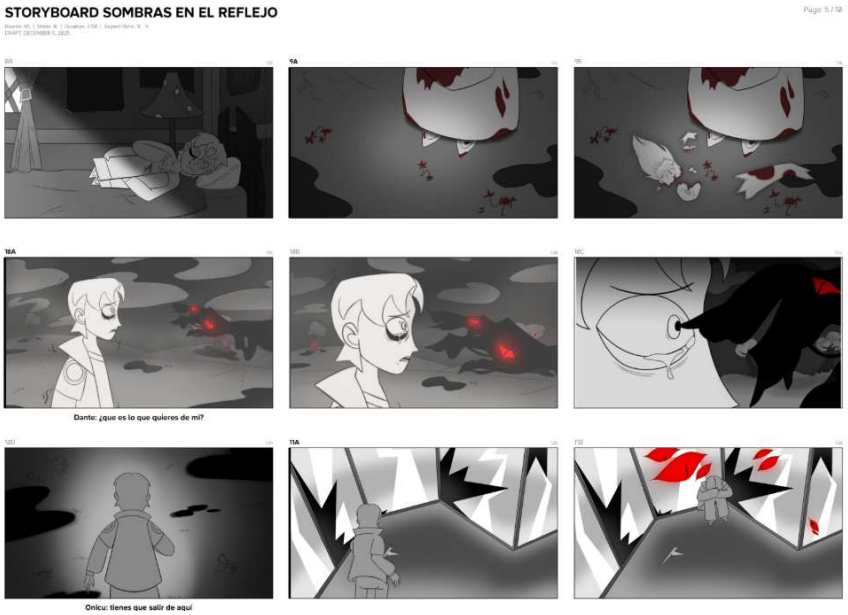
Storyboard del Tráiler



Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

Figura 15:

Storyboard del Tráiler



Fuente: Elaborado por Yeppi Studios

2.5.8 Experimentos

Para poder corroborar el interés del público hacia el proyecto se realizó una encuesta abierta virtual, la cual consta de 17 preguntas, de las cuales se usó preguntas de elección múltiple y de respuestas abiertas, se escogió este método por el alcance que puede llegar a tener, dando opiniones más variadas de las personas, además de obtener una validación en cuanto a la plataforma propuesta para el lanzamiento tanto de la demo como de la miniserie, el total de encuestados fue 32 personas de 16 a 30 años de edad, las cuales se evaluaron preguntándoles información geográfica y demográficas, además de gustos personales, esto con la finalidad de conectar más con el público objetivo para corroborar la viabilidad de esta propuesta.

Las primeras tres interrogantes del instrumento se diseñaron con el propósito de caracterizar el perfil demográfico de los encuestados y conocer a detalle más sobre el público objetivo. A partir de la información recolectada de 32 participantes, se destacó que el rango de edad predominante, que será el que determinará la edad del público, se sitúa entre los 18 y 24 años, superando los demás segmentos con un margen del 87,5%, este dato al no coincidir con la audiencia prevista, se da a entender que hay un reajuste del público objetivo para ambos productos que complementan el proyecto transmedia. En cuanto a la pregunta del género de los encuestados, se presentó un mayor porcentaje en el género femenino, donde hallamos un 50%, mientras que en el masculino es de un 37,5% y el más bajo siendo el de “Otro Género”, contando con un 12,5% en el público encuestado. Finalmente, en términos geográficos, se registró que la mayor concentración del público objetivo dentro del territorio peruano se localiza en la ciudad de Lima, contando con un 81,3% del total de los usuarios encuestados, teniendo en segundo a Piura con un 12,5%, y con un porcentaje del 3,1% tanto de la provincia de Tacna como de La Libertad.

Figura 16:

Conteo de Edad

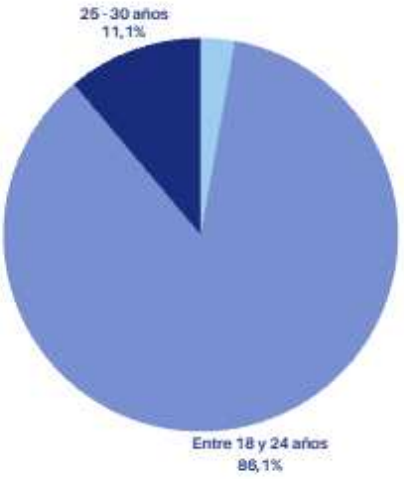
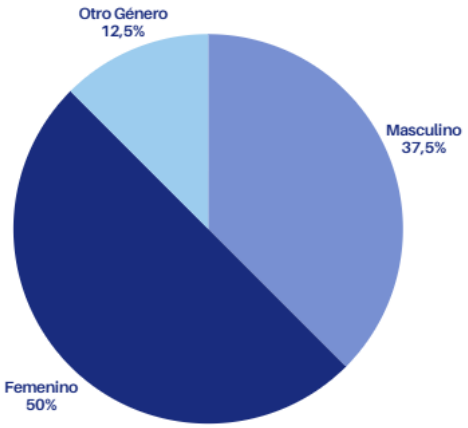


Figura 17:

Conteo de Género



El siguiente grupo de preguntas se concentra en los intereses de las series y mini series animadas que tienen los encuestados, en primera instancia se les preguntó sobre la frecuencia con la que consumen series, destacando con un resultado similar los que las consumen todos los días y los que varias veces por semana, contando con un 46,9% y un 43,8% respectivamente. Luego se quería saber la familiaridad que tienen los

encuestados con las “miniseries”, encontrando así la misma cantidad de porcentajes entre los que sí conocen miniseries y los que saben que son estas, pero prefieren consumir series largas o películas, siendo un 37,5% la cantidad para ambas, así resaltando que es tanto un desafío como una gran oportunidad el lanzar este proyecto en formato de miniserie. La siguiente pregunta se enfoca en el género audiovisual más consumido por los encuestados, siendo el género “Fantasía” el más recurrente, contando con un 28%, siguiéndole “Terror Psicológico”, el género de la miniserie y videojuego de este proyecto, junto con “Comedia” como los segundos más consumidos, ambos contando con 20,7%, mientras que el género de “Acción” queda con un 17,1%, y los demás no pasando del 15%, pudiendo así validar la decisión de optar por el género de Terror Psicológico en el caso de ambos productos a elaborar. La pregunta subsiguiente explora las series con las que más han conectado emocionalmente los encuestados, entre las 55 series que fueron mencionadas, las que se repitieron con mucho más frecuencia fueron “Rick y Morty”, “Breaking Bad”, “Better Call Saul”, ”Ganbare! Nakamura-kun!!” “Loki”, “The Amazing Digital Circus” y “Over the Garden Wall”, todas estas series teniendo como enfoque principal la psicología de sus personajes y como estos crecen e intentan superarse tanto a sí mismos como el trauma que individualmente aborda cada uno, algunos superándose, mientras que otros aceptándose, a su vez, es importante destacar que la gran mayoría de las series encontradas en las respuestas fueron realizadas mediante animación tradigital 2D. La siguiente pregunta se enfoca en el elemento que hace que los encuestados conecten con estas series con las que empatizan, teniendo como principal “Que los personajes se sientan reales, con imperfecciones y problemas reales” que salió con un cerrado 41%, estando como siguientes los factores como el “Que aborden temas de salud mental” o “El ritmo de la historia”, contando con más del 20% cada uno, dejando al final el factor del “Mensaje de esperanza” que algunas series dejan, por consecuente de estos resultados, se le dió mayor peso a la construcción de los personajes principales de ambos productos. En cuanto a las plataformas en las que más consumen series está “Netflix” contando con un 36,2%, seguido de “YouTube” con 19%, “HBO” con 12,1%, “TikTok” y “Disney+” igualados con 6,9%, “Prime Video” con 5,2%, y las demás brindadas no pasan del 5%, dando al proyecto más confianza y demostrando el gran acierto en proponer lanzar la miniserie en la plataforma de Youtube por ser la segunda más consumida entre los encuestados. Asimismo, se identificó una inclinación respecto al tono de la narrativa, donde el 54,5% de los

encuestados manifestó su preferencia por una trama "cruda y realista", frente a un 36,4% de una trama metafórica, dejando con un reducido 9,1% que optó por una trama cálida.

Figura 18:

Conteo de Género de Series que más Consumen

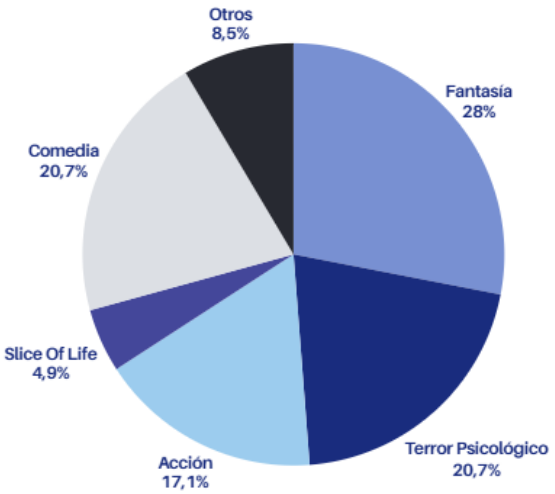
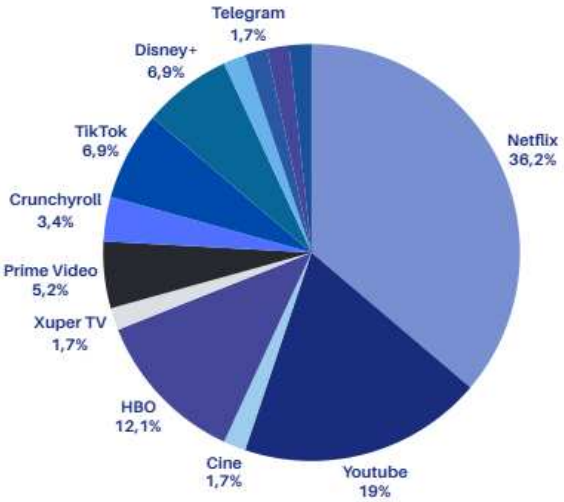


Figura 19:

Conteo de Plataformas en las que Consumen Series



En este último bloque, preguntas se plantearon con el propósito de conocer qué factores e intereses en una novela visual son los que más llaman más la atención de los usuarios encuestados. La primera pregunta se busca saber el interés de los encuestados por las novelas visuales, con una mayoría de 60,6% que, si se interesan bastante por estas y activamente buscan este tipo de tensión y misterio, un 30,3% que les interesa más el aspecto de superación o sanación más que el de terror o suspenso, acabando con un 9,1% que no gustan de este género de videojuegos, pudiendo sacar de esto el gran auge del interés por las novelas visuales en este época, validando la decisión de desarrollar esta demo a partir de este género en ascendencia. En siguiente instancia se les preguntó sobre qué tan familiarizados están con las novelas visuales, obteniendo un 42,4% de encuestados que las conocen, pero que jugaron o leyeron no muchas de estas, un 30,3% que oyeron hablar de estas, pero nunca probaron una, otro 18,2% que conocen y las juegan habitualmente, ya quedando un 9,1% que no conocían este género. Luego, condicional a la anterior pregunta de si es que consumieron juegos del género de novela visual, se quería saber el interés por distintos géneros narrativos de las novelas visuales, resaltando "Ciencia Ficción y Fantasía" con un 29,4%, los de "Terror y Suspenso" no estando muy atrás con un 23,5%, con cifras cercanas entre sí, están el "Romance" con 19,6% y los de "Misterio y Detectives" con 17,6%, mientras que los "Recuentos de la Vida" quedaron con un 7,8%, y finalmente "Otros" con un 2%, así dando a entender que el género narrativo del juego del proyecto es parcialmente concurrido, que se planea potenciar implementando una exploración ambiental mediante el 3D inmersivo para no depender exclusivamente de la lectura, ofreciendo así una experiencia más dinámica, sin perder el enfoque narrativo. En la siguiente pregunta, nuevamente condicionada a sí consumen en su mayoría el género narrativo de "Terror y Suspenso" o "Misterio y Detectives", se quería constatar que es lo que les parece más atractivo o interesante en este género narrativo en novelas visuales, consiguiendo en primero "La psicología de los Personajes" contando con un 40,8%, las siguientes fueron "La Atmósfera y el Arte" y "Los Giros Inesperados" con 24,5% y 20,4% respectivamente, ya con un conteo más bajo, está "La Empatía con el Sufrimiento" con un 14,3%, estos datos reflejan los frutos que dará posteriormente el previamente darle peso y mayor foco de atención al desarrollo del aspecto argumental tanto en el demo como el piloto de proyecto, validando así el planteamiento conceptual y guion de la obra. En la siguiente pregunta se deseaba saber qué novelas visuales fueron las que consumieron los encuestados, saliendo así 23 resultados, entre ellos

destacando por frecuencia “Doki Doki Literature Club” con un 18,5%, mientras los demás consiguieron 3,7% por igual, validando una vez más la decisión de optar por el género de terror y suspenso para la demo. En esta pregunta se busca conocer las plataformas más usadas por los usuarios donde consume novelas visuales, con un empate teniendo Steam y YouTube, de un 28,6%, que si bien YouTube no es una plataforma de streaming para videojuegos, optamos por tomarlo como que consumen gameplays de estas pero no jugarlas por sí mismos, ya en segundo estando Netflix con 14,3%, y por lo bajo las demás plataformas contando con un 7,1%, mostrando una vez más la gran elección de la plataforma para lanzar la demo del juego del proyecto, en este caso siendo Steam la que tiene mayor acogimiento al momento de decidir una plataforma de videojuegos. Finalmente cerrando la encuesta, se cuestionó sobre si es que, como usuarios de este proyecto, si pudieran optar por consumir ambos productos o solo la miniserie, los resultados muestran un satisfactorio 90,9% de encuestados que sí estarían dispuestos a consumir ambos formatos, dejando un 9,1% que sólo verían la miniserie, ya sea por preferencia propia o por accesibilidad a la misma. Se puede concluir que, si bien, el género de juegos “Novela Visual” que tiene la demo del proyecto sería el eslabón más débil de la propuesta, se compensa de sobre manera con la información previa del interés por el Terror Psicológico y Suspenso, la trama, el argumento y la psicología de los personajes, que son factores importantes para el interés de los usuarios encuestados, y que estos fueron a los que más importancia se les dio al momento de desarrollar la demo del juego.

Figura 20:

Conteo de Interés por el Terror Psicológico

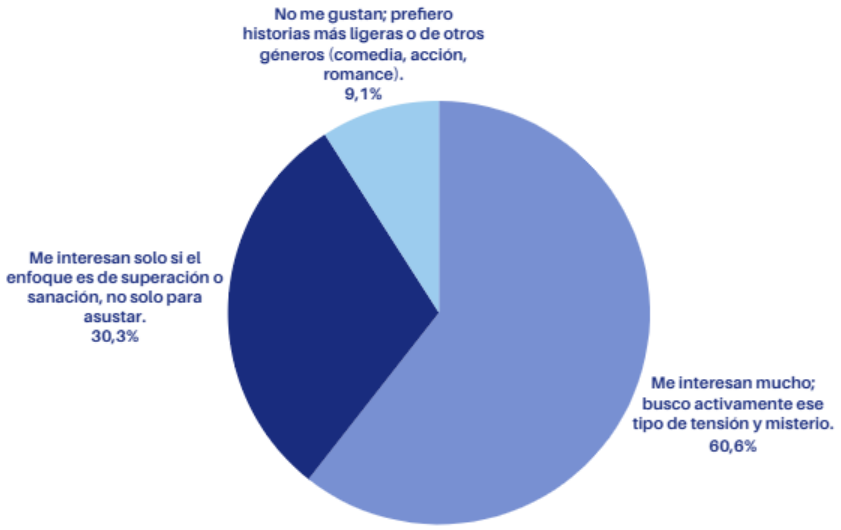
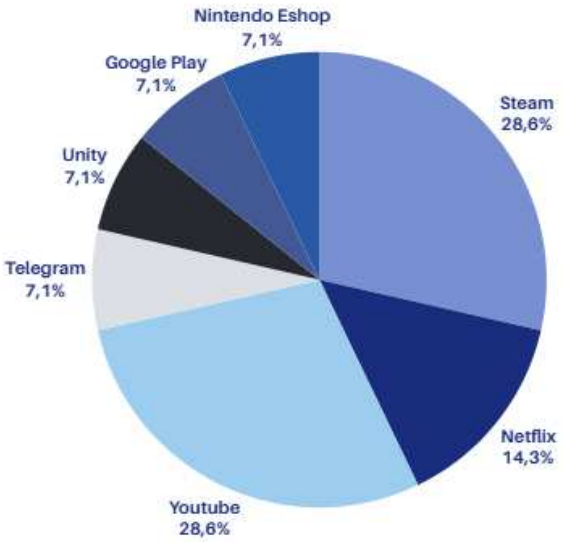


Figura 21:

Conteo de Plataforma de Streaming que más consumen de Videojuegos



Como una segunda etapa de la experimentación, se realizó un focus group virtual con 11 usuarios en que se les dio una introducción al proyecto transmedia, tanto aspectos clave como su valor único como propuesta, esto otorgando a los participantes a poder dar feedback y acotaciones con las que se dará mejoras al proyecto y comprender tanto sus puntos más fuertes como débiles, para así reforzar la propuesta y obtener datos cualitativos.

Los usuarios resaltan su gusto por historias que tengan un buen control del tiempo y espacios narrativos, una historia no muy acelerada pero que se mantenga interesante a lo largo de esta, la buena animación en el caso de las series animadas, y en cuanto a los videojuegos que tenga una buena estética y arte, fácil intuitividad al momento de jugarlos y una historia atrapante y comprensible, que les permita disfrutar la primera vez de jugarlo.

Luego compartieron su punto de vista en cuanto a la narrativa de cada transmedia y el universo narrativo, siendo estos su gusto por este y como no hay mucho que podrían querer cambiar, sino, conocer más sobre la propuesta ya desarrollada como serie y como videojuego. También dieron a conocer su gusto por los personajes que aún no desenvueltos, sus introducciones a estos los dejó fascinados y con ganas de saber más

de ellos y cómo se desarrollarían a lo largo de sus respectivos formatos, aparte de su gusto por personajes que lidien con conflictos internos y personajes que no evolucionen de manera lineal, sino que estos puedan volver a caer en sus malas decisiones, pero ir aprendiendo de estas. Al mismo tiempo, se validó y reconoció el uso del terror psicológico como una herramienta interesante e importante al momento de ahondar en el psique de los personajes, el como los monstruos planteados realmente sirven como un destacable vehículo de exploración de los miedos y traumas que está pasando los personajes planteados.

A continuación, se organizó y concentró la información recopilada del focus group para que sea más manejable, comprensible y facilitadora para el momento de mejora de la propuesta. Se pudo comprender la actual carencia en la industria de proyectos como este en el aspecto del videojuego, que si bien en cuanto a series el terror como herramienta de la psicología y el trauma no es nuevo, el como se ha planteado la narrativa lo hace innovador y llamativo, así como personajes que no solo muestran traumas generacionales, sino que sea incluido un crecimiento no lineal en estos para que se sientan más humanos y así, que sean más identificables para la audiencia. En el aspecto narrativo sólo el desarrollo y buen uso del terror para representar ciertos traumas de una manera tanto innovadora como respetuosa, para evitar cualquier tipo de incomodidad que le podría generar al público como dio a conocer los usuarios del focus group. En esta ocasión, el público objetivo se abrió más a unas edades un poco mayores, siendo que los jóvenes adultos de 24 a más, también es un público interesado en este tipo de proyectos.

Tabla 1:

Tabla Receptora

TABLA RECEPTORA



Fuente: Elaboración Propia

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Tradicionalmente, el miedo y los traumas psicológicos han sido representados en los medios de comunicación y productos de entretenimiento como factores negativos o limitantes frente a la sociedad, provocando un perjuicio hacia la vulnerabilidad emocional. Esta falta de difusión abierta ha generado que las nuevas generaciones rechacen o repriman sus sentimientos, llevándolos a sentir una desconexión interna, dificultades para socializar e incluso comprender sus propias emociones. Ante esta falta de narrativas que hablen acerca de la salud mental desde la empatía y la madurez, surge la propuesta de transformar el dolor en un vehículo de sanación y autodescubrimiento.

Este proyecto está dirigido a jóvenes y jóvenes adultos de entre 18 y 30 años que sean hispanohablantes, quienes aún tienen secuelas de traumas no resueltos y buscan activamente contenidos multimedia que los acompañen en este proceso. Este público se caracteriza por ser frecuente en el uso de internet y de plataformas digitales como YouTube y Steam, también porque valoran mucho las tramas maduras, los formatos inmersivos y los espacios virtuales que inviten a la reflexión personal.

Como solución se propone el desarrollo de “Cáligo”, un proyecto transmedia que está enlazado por dos transmedia, una miniserie y una novela visual, las cuales retratan el duelo y miedos de cada uno de nuestros protagonistas. A través de la psicología de los personajes y los temas profundos que aborda, el proyecto busca conectar emocionalmente con el espectador. Este proyecto está planteado para distribuirse en las plataformas de YouTube, TikTok e Instagram en cuanto a la miniserie, y en plataformas como Steam para la novela visual, ambas con un enfoque narrativo y visualmente llamativo para el público juvenil. Asimismo, el proyecto destaca por su compromiso con el desarrollo social y tecnológico local, ya que al ser desarrollado por un equipo de animadores y desarrolladores peruanos, impulsa la industria creativa nacional y genera nuevas oportunidades laborales en el sector.

A lo largo del proceso de validación, se realizó una encuesta abierta para jóvenes consumidores de contenido audiovisual entretenido y de misma manera se elaboró un focus group para obtener información más detallada como cualitativa del proyecto. Mediante la encuesta y el focus group se identificó una valoración positiva sobre la profundidad de los

personajes y como al público le gusta empatizar con estos mediante el enfoque de llegar a sentirlos reales, con imperfecciones y dificultades, además de abordar temas complejos como la salud mental, esta retroalimentación ayudó a validar el guion y formato.

La sostenibilidad de este proyecto se mantiene a partir del enfoque del triple balance, en lo tecnológico-industrial, debido a que impulsan el empleo en la industria de la animación y videojuegos peruanos, en lo económico, ya que está planteado postular a diversos festivales y utilizar una distribución estratégica en Steam y YouTube, y a su vez en lo social, revalorizando la salud mental y los procesos de sanación en los jóvenes.

Se espera la formación de una comunidad activa que pueda reflexionar y dialogar abiertamente acerca de la salud mental y la sanación, fortaleciendo el bienestar emocional en los jóvenes y consolidado a “Cáligo” como un proyecto interactivo con compromiso social en el Perú.

III. Estimación de Costos

3.1 Presupuesto

Para garantizar la viabilidad económica del proyecto transmedia, se diseñó un presupuesto estimado que detalla los costos de cada categoría. El financiamiento total requerido es de S/395,869.10, es importante mencionar que la mayoría de esta inversión está en el rubro de Honorarios Profesionales con un margen del 49.0%, demostrando la alta demanda de profesionales capacitados, seguido de esto, está el rubro de Promoción y difusión con un margen del 36.5%, un área que se consideró fundamental para el alcance y despliegue del proyecto. A continuación en la siguiente tabla se presenta el desglose de costos por categoría.

Tabla 2:

Resumen de presupuesto por categoría

RESUMEN POR CATEGORÍA			
CATEGORÍA	**SUBTOTAL (S/)**	**% DEL TOTAL**	**BARRA**
MATERIALES E INSUMOS	S/ 0.00	0.0%	
HERRAMIENTAS / SOFTWARE	S/ 3,022.40	0.8%	
HONORARIOS PROF.	S/ 193,917.00	49.0%	
TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	S/ 40,600.00	10.3%	
PRODUCCIÓN Y MONTAJE	S/ 0.00	0.0%	
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	S/ 144,350.00	36.5%	
OTROS	S/ 13,979.70	3.5%	
TOTAL	**S/ 395,869.10**	**100.0%**	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3:

Pruebas del desglose de ítems por categorías

HONORARIOS PROF.						
1	Dirección general	Director general	Meses	6	S/ 4,000.00	S/ 24,000.00
2	Producción general	Productor general	Meses	6	S/ 4,000.00	S/ 24,000.00
3	Producción de línea	Productor de línea	Meses	3	S/ 2,500.00	S/ 7,500.00
4	Contabilidad	Contador(es)	Meses	6	S/ 100.00	S/ 600.00
5	Guión	Guionista	Paquete	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
6	Dirección de Arte	Supervisión	Meses	4	S/ 3,000.00	S/ 12,000.00
7	Dirección de Animación	Supervisión	Meses	2	S/ 3,000.00	S/ 6,000.00
8	Character Designer 1	Creación de personajes	Semanas	2	S/ 600.00	S/ 1,200.00
9	Character Designer 2	Creación de personajes	Semanas	2	S/ 600.00	S/ 1,200.00
10	Background Artist	Fondos de 1080x1920	Paquete	12	S/ 100.00	S/ 1,200.00
11	Background Artist 2	Fondos de 1080x1921	Paquete	12	S/ 100.00	S/ 1,200.00
12	Prop Designer 2	Creador de props	Paquete	1	S/ 300.00	S/ 300.00
13	Lead Storyboardista	Animatic	Meses	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
14	Storyboard 1	Storibordista	Meses	1	S/ 1,750.00	S/ 1,750.00
15	Voice Actor 1	Actor de voz	Paquete	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00

Fuente: Elaboración Propia

IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

- **Empatización no solo con la historia sino también con los personajes**

  A lo largo del desarrollo de Cáligo, un proyecto transmedia que se desarrolla a partir de una miniserie animada y una novela visual interactiva, se estableció como uno de los objetivos generar una conexión emocional con la audiencia a partir del universo narrativo. Sin embargo, durante el proceso de esta transmedia se halló la falta de elementos con los que el público pueda conectar de manera emocional, por ello se profundizó más en el arco de los personajes, sus trasfondos, mapa de tramas y psicología de estos. El proyecto actualmente busca que la audiencia acompañe emocionalmente a los personajes, comprenda sus luchas internas y, a partir de esa conexión, pueda abrir un espacio de reflexión sobre la importancia de aceptar el miedo, reconocer las emociones difíciles y entender que enfrentar aquello que genera incomodidad también puede convertirse en una oportunidad de crecimiento y resiliencia personal.

- **Viabilidad comercial mediante el género de terror psicológico en ambas transmedias**

  Debido a que el proyecto está dirigido a un público joven adulto y se desarrolla dentro de géneros narrativos poco explorados como lo es el terror psicológico, el proyecto tiene la oportunidad de un buen posicionamiento en el mercado creativo persuano. Esto debido a que la industria de la animación y videojuegos sigue en crecimiento según menciona APDEVA (APDEVA, 2024). La limitada oferta de proyectos similares convierte esta propuesta en una alternativa con potencial para abrir nuevas posibilidades dentro del mercado peruano y generar conexión con audiencias que actualmente cuentan con pocas experiencias locales diseñadas específicamente para este tipo de intereses.

4.2 Recomendaciones

- **Consolidar alianzas con profesionales conectados a la salud mental**

  Dado que Cáligo busca fomentar la reflexión y aceptación del trauma, se recomienda establecer relaciones con psicólogos y especialistas en salud mental para validar la narrativa propuesta y asegurar un tratamiento responsable de estos tópicos.

- **Fortalecer la estrategia de difusión digital y construcción de comunidad**

  Se recomienda desarrollar un plan de marketing digital a largo plazo que incluya contenido constante en las redes sociales de la transmedia, así como interactuar con comunidades de animación y videojuegos, y colaboraciones con creadores de contenido en ambos ámbitos. Esta construcción temprana de comunidad cederá paso a incrementar la visibilidad del proyecto, obtener retroalimentación continua y así reafirmar las posibilidades de financiamiento, distribución y crecimiento de la transmedia.

- **Potenciar la identidad narrativa y visual del proyecto**

  Continuar desarrollando y construyendo una propuesta visual y narrativa distintiva que permita consolidar una identidad propia para la miniserie y novela visual. Esto contribuirá a incrementar el reconocimiento de la marca, diferenciar el proyecto dentro del mercado de la animación independiente y generar una conexión mucho más sólida con la audiencia, favoreciendo su evocación y permanencia a largo plazo.

V. Referencias Bibliográficas

Ministerio de Salud (2025). Noticias - Ministerio de Salud - Plataforma del Estado Peruano.

https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1172540-durante-el-ano-2024-se-registraron-71-614-casos-atendidos-por-psicosis-en-establecimientos-de-salud-del-minsa

Organización Mundial de la Salud (2024). La salud de los adolescentes y los adultos jóvenes.

https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescents-health-risks-and-solutions

Pérez Rojas, K., & Pérez Montoya, A. M. (Eds.). (2022). LENGUAJE Y CIENCIA (Vol. 05). Instituto Tecnológico Metropolitano.

https://repositorio.itm.edu.co/server/api/core/bitstreams/3f076c27-a22b-44df-bec3-68dd18ee245e/content#page=57

Pabst, K. A. (2017). Why the Long Face? Narratives of Depression in Netflix's BoJack Horseman - ProQuest.

https://www.proquest.com/openview/5acc437bdae631379da50f2e6a5e324b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y

Johnson, S. (2023). ¿Sabes que Steven Universe no es solo una animación? EnComuSeHace.

https://encomusehace.ucr.ac.cr/mas-que-un-animado-steven-universe-es-complejo/

Contreras, L. R. (2026, 5 junio). *80 películas peruanas se estrenaron el 2025 - Cinencuentro*. Cinencuentro. https://www.cinencuentro.com/peliculas-peruanas-del-2025/

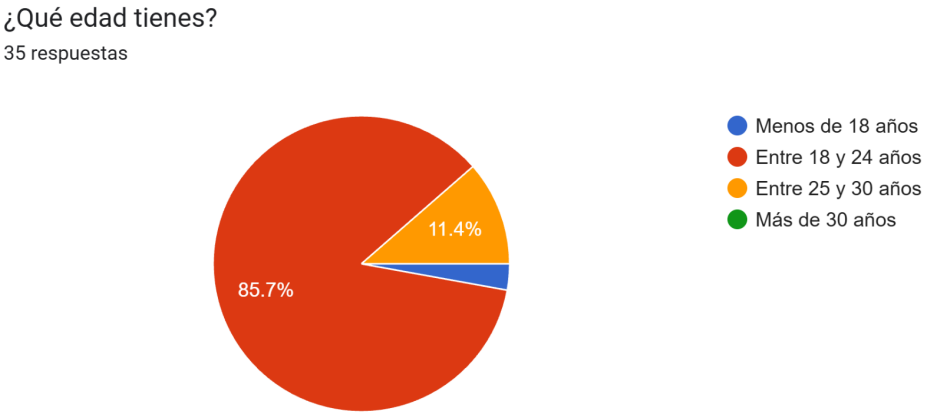
Ailes, M. P. M., & Zavaleta, V. F. J. B. (2026). Impacto de la economía digital en la recaudación tributaria de los "influencers" en el Perú. *mktDESCUBRE*, *1*(27), 88-97. https://doi.org/10.47187/mktdescubre.27.82

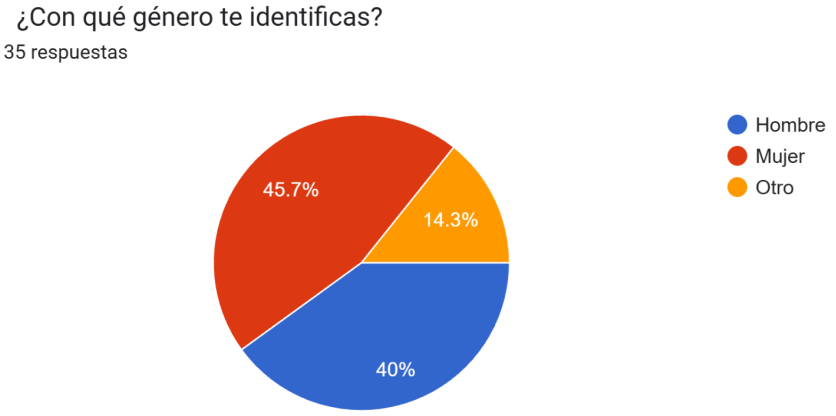
APDEVA – Asociación Peruana de Desarrolladores de Videojuegos – (2024) APDEVA es una entidad promotora de la Industria de los Videojuegos en el Perú. (s. f.).

https://apdeva.pe/

VI. Anexos

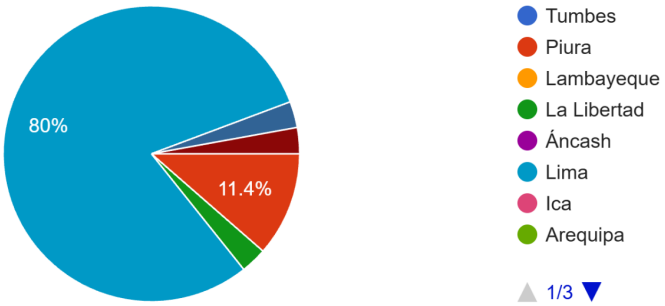
6.1 Anexo 1: Resultados de la Encuesta:





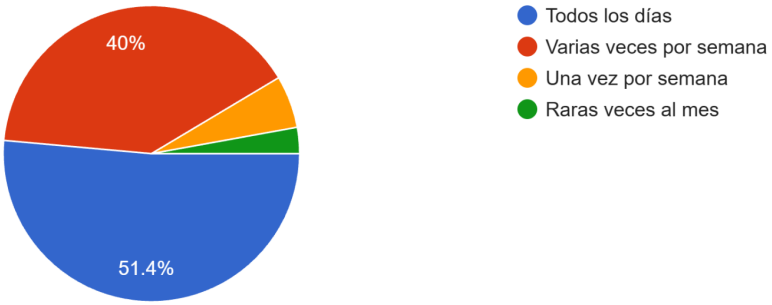
¿En qué región/departamento del Perú resides actualmente?

35 respuestas



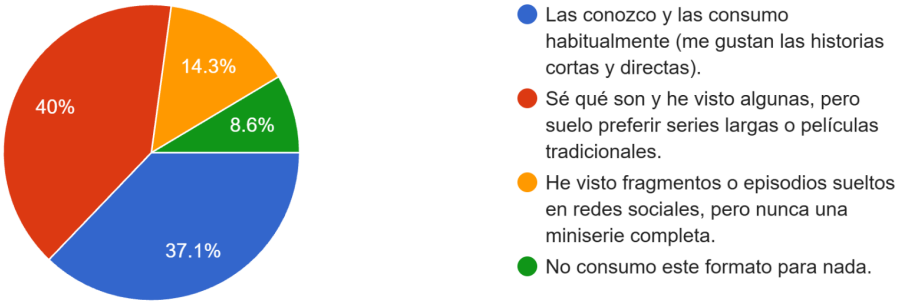
¿Con qué frecuencia consumes contenidos para entretenerte o despejar la mente (series, miniseries, videojuegos, novelas visuales)?

35 respuestas



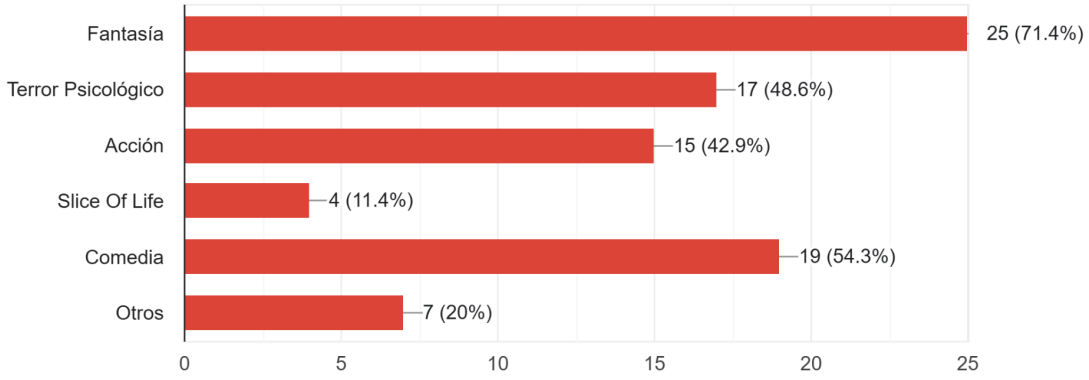
¿Qué tan familiarizado/a estás con el formato de "Miniserie" (historias audiovisuales de pocos capítulos y de corta duración, distribuidas en plataformas como YouTube, TikTok o streaming)?

35 respuestas



¿Cuál es el género de series/miniseries que más consumes?

35 respuestas



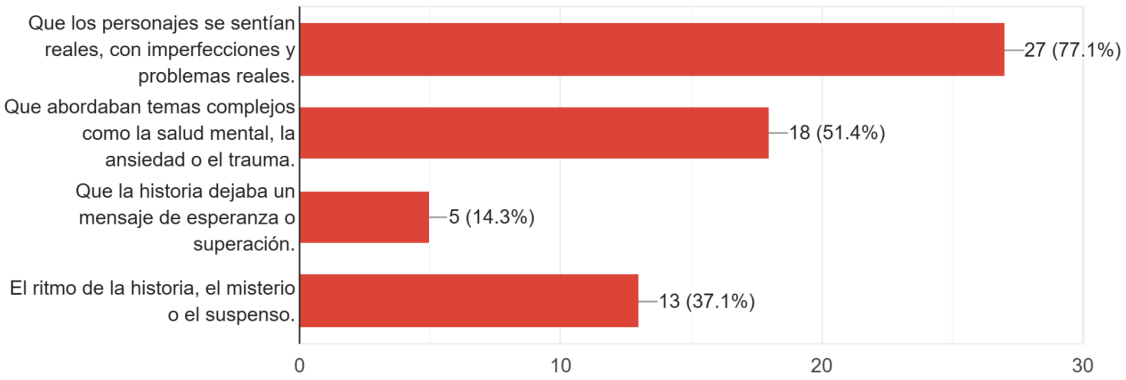
Al ver una serie que trata sobre el duelo o situaciones difíciles, ¿qué tipo de tono prefieres que tenga la narrativa?

35 respuestas



Piensa en las series o miniseries que más te han marcado emocionalmente. ¿Qué elemento hizo que conectaras más con ellas?

35 respuestas



Menciona las series/miniseries con las que empatizaste

35 respuestas

Over the garden wall, Infinity train

detrás del juego, Loki, boys over flower

Mmmm dark , breaking bab

don't hug me i´m scared

Las cosas por limpiar

Infinity Train y Más Allá Del Jardín

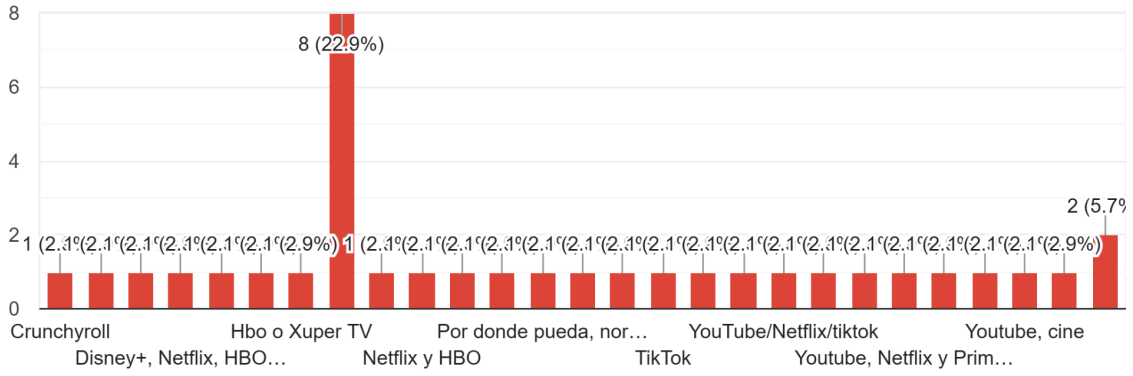
Daredevil, Loki, Breaking Bad, Better Call Saul, Succession, Mandalorian, X Men 97, Wandavision (esta trata sobre el dueño), Stranger Things (También toca temáticas del duelo)

Digital Circus, Rick and Morty y Bluey

Up

¿En qué plataformas consumes estas series/miniseries?

35 respuestas



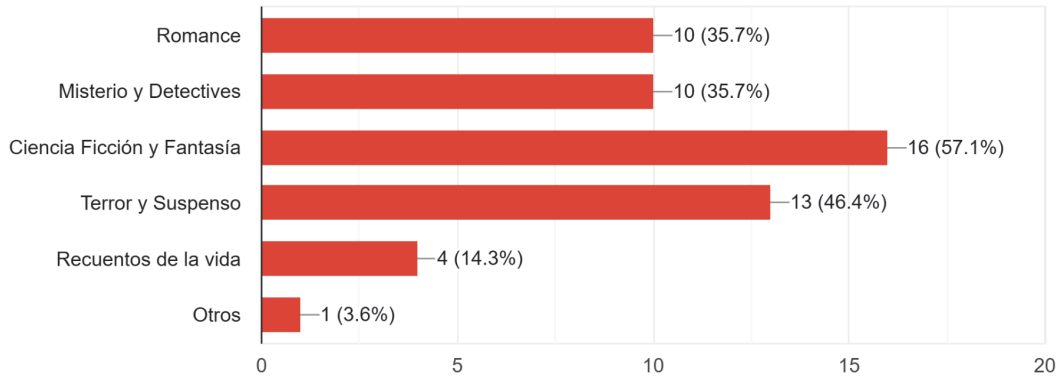
¿Qué tan familiarizado/a estás con el formato de "Visual Novel" (historias interactivas digitales basadas en texto, ilustraciones y toma de decisiones)?

35 respuestas



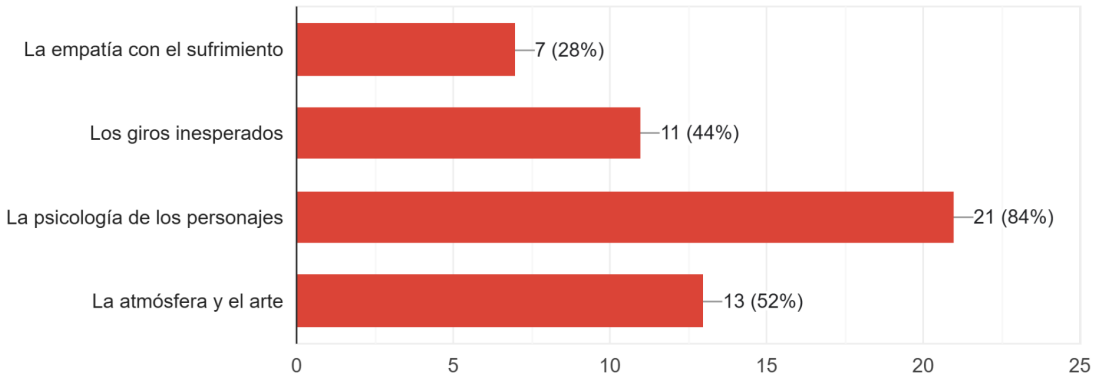
Según la pregunta anterior, si respondiste que conoces mucho o poco de las novelas visuales ¿Cuál es el género temático que más consumes?

28 respuestas



Si en la pregunta anterior elegiste géneros como misterio, suspenso o terror, ¿Qué es lo que te resulta más atractivo o interesante de estas historias?

25 respuestas



Menciona las novelas visuales que más llamaron tu atención

24 respuestas

Doki doki literature club es un ejemplo, eh visto a influencers jugar otras pero no recuerdo alguna en especifico

Corazón de Melón, love in deespace, Twisted Wonderland

No recuerdo

100 días para enamorarnos

Fran Bow y Little Misfortune

Doki Doki Literature Club, Chaos;Head

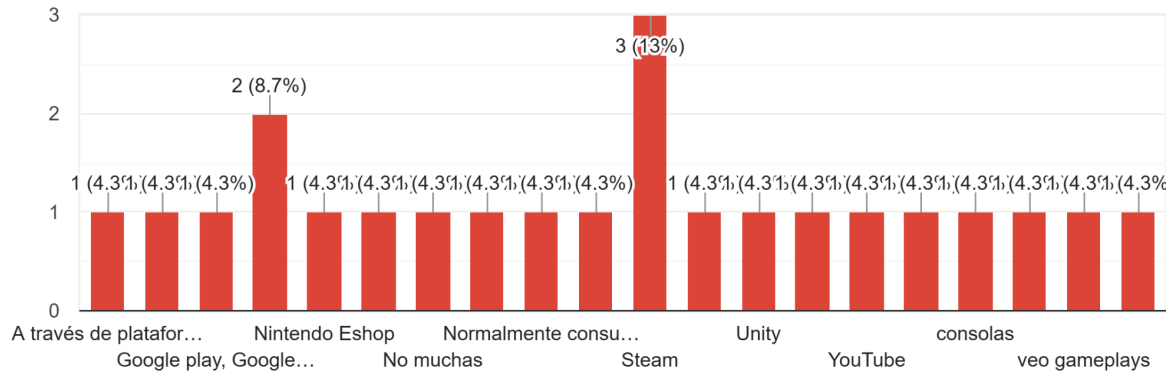
Solo jugué uno en un playtest. Echoes Of The Soul

Dramatical Murders

Steins Gate

¿A través de qué plataformas consumes o has consumido este tipo de novelas visuales o historias interactivas?

23 respuestas



Independientemente de si es una serie o un juego, ¿qué tanto te interesan las historias de terror psicológico y/o suspenso?

35 respuestas



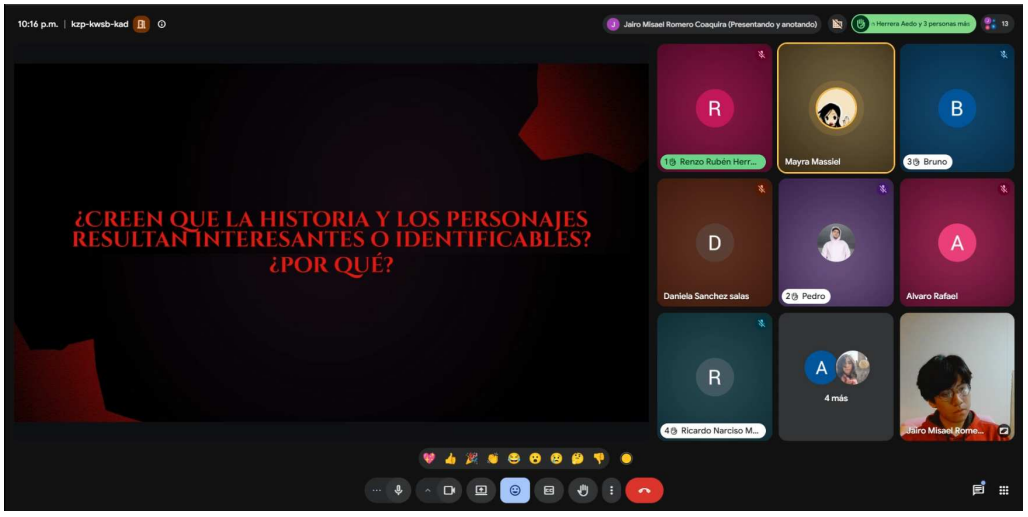
El proyecto propone que la miniserie y la novela visual se complementen entre sí para entender toda la historia. ¿Qué tan dispuesto/a estarías a consumir ambos formatos?

35 respuestas



6.2. Anexo 2: Focus Group

https://drive.google.com/drive/folders/1jA-lZhyQviM9cHMvrUhtlk7QoXbOxGF4?usp=sharing



6.3. Anexo 3: Presupuesto

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VrMt-g71nyQf3BUnwb3mr74pZrP5TVnyX2nr8Q8O_h4/edit?usp=sharing

OTROS							
1	Aspectos jurídicos y financieros	Búsqueda y Reserva de Nombre Derechos Notariales (Minuta y Escritura) Derechos Registrales (SUNARP) Otros (Verificación Biométrica)	Paquete	1	S/ 480.00	S/ 480.00	
2	ITF + Comisiones bancarias		Meses	6	S/ 55.00	S/ 330.00	
3	Registro de Indecopi		Pago único	1	S/ 533.30	S/ 533.30	
4	Legalización de Libros		Pago único	2	S/ 28.20	S/ 56.40	
5	Libros Contables		Pago único	2	S/ 20.00	S/ 40.00	
6	Festivales y mercados	Ventana Sur (hospedaje, transporte, alimentación, imprevistos, etc)	Paquete	1	S/ 4,340.00	S/ 4,340.00	
7	Festivales y mercados	Chilemonos (hospedaje, transporte, alimentación, imprevistos, etc)	Paquete	1	S/ 2,690.00	S/ 2,690.00	
8	Festivales y mercados	Pixelatl (hospedaje, transporte, alimentación, imprevistos, etc)	Paquete	1	S/ 4,510.00	S/ 4,510.00	
9	Actualización para agregar idioma inglés.		Semanas	2	S/ 500.00	S/ 1,000.00	
SUBTOTAL — OTROS						S/ 13,979.70	

HONORARIOS PROF.							
1	Dirección general	Director general	Meses	6	S/ 4,000.00	S/ 24,000.00	
2	Producción general	Productor general	Meses	6	S/ 4,000.00	S/ 24,000.00	
3	Producción de línea	Productor de línea	Meses	3	S/ 2,500.00	S/ 7,500.00	
4	Contabilidad	Contador(es)	Meses	6	S/ 100.00	S/ 600.00	
5	Guión	Guionista	Paquete	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	
6	Dirección de Arte	Supervisión	Meses	4	S/ 3,000.00	S/ 12,000.00	
7	Dirección de Animación	Supervisión	Meses	2	S/ 3,000.00	S/ 6,000.00	
8	Character Designer 1	Creación de personajes	Semanas	2	S/ 600.00	S/ 1,200.00	
9	Character Designer 2	Creación de personajes	Semanas	2	S/ 600.00	S/ 1,200.00	
10	Background Artist	Fondos de 1080x1920	Paquete	12	S/ 100.00	S/ 1,200.00	
11	Background Artist 2	Fondos de 1080x1921	Paquete	12	S/ 100.00	S/ 1,200.00	
12	Prop Designer 2	Creador de props	Paquete	1	S/ 300.00	S/ 300.00	
13	Lead Storyboardista	Animatic	Meses	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	
14	Storyboard 1	Storibordista	Meses	1	S/ 1,750.00	S/ 1,750.00	
15	Voice Actor 1	Actor de voz	Paquete	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	
16	Voice Actor 2		Paquete	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	
17	Estudio de grabación	Alquiler	Horas	2	S/ 150.00	S/ 300.00	
18	Lead Layout artist		Meses	2	S/ 2,500.00	S/ 5,000.00	
19	Layout artist 1		Meses	2	S/ 1,800.00	S/ 3,600.00	