ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Ghaiad, una serie animada sobre el autodescubrimiento en jóvenes con dificultades para construir un sentido de pertenencia e identidad

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

PRESENTADA POR

Carlos Joaquin Ramirez Martell
DNI: 74891574, Perú

ASESOR

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

JURADO

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

Lima, septiembre 2026

Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS 2026..docx %282%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614326721

Fecha de entrega
14 ago 2026, 11:15 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 11:22 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Proyecto de Innovación TLS 2026..docx (2).pdf

Tamaño del archivo
9.6 MB

56 páginas

11.436 palabras

67.704 caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
11%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, por haberme acompañado y apoyado en cada etapa de mi formación académica. Su confianza, paciencia y respaldo han sido una parte fundamental de este proceso y de mi crecimiento personal.

También me dedico a mí mismo, por haber seguido adelante a pesar de las dificultades, por aprender a sostener mis propios esfuerzos y por no abandonar el camino que elegí. Este proyecto representa el cierre de una primera etapa como estudiante y, al mismo tiempo, el inicio de una nueva forma de enfrentar mi vida personal y profesional.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que formaron parte de mi experiencia en Toulouse Lautrec y que, de alguna manera, contribuyeron a mi aprendizaje, desarrollo y acercamiento al mundo de la animación.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a mis profesores, quienes me acompañaron y guiaron a lo largo de las diferentes etapas de mi formación académica. Sus enseñanzas, observaciones y exigencias fueron importantes para el desarrollo de este proyecto y para mi crecimiento como estudiante.

Agradezco también a mis amigos, por su apoyo, compañía y por ayudarme a mantenerme firme frente a los retos personales y académicos que surgieron durante este camino. De manera especial, agradezco a Jairo, por haber estado presente en momentos difíciles de mi vida universitaria y personal, y por ayudarme a seguir adelante cuando más lo necesitaba. Su apoyo fue fundamental para poder culminar esta etapa.

Finalmente, agradezco a Toulouse Lautrec por brindarme un espacio de aprendizaje, creación y encuentro con personas vinculadas a mi carrera. Gracias a esta experiencia pude desarrollar mis habilidades, conocer nuevas perspectivas y acercarse con mayor seguridad al mundo profesional de la animación.

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 1

II. Descripción de la innovación **3**

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 8

2.5 Proceso creativo y experimentos 9

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 9

2.5.2 Información sobre el Mercado 11

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 13

2.5.4 Diseño de producto/servicio 15

2.5.5 Modelo de Negocio 18

2.5.6 Resultados esperados 21

2.5.7 Prototipos desarrollados 22

2.5.8 Experimentos 25

III. Estimación de costos **34**

3.1 Presupuesto 34

IV. Conclusiones y recomendaciones **36**

4.1 Conclusiones 36

4.2 Recomendaciones 37

V. Referencias Bibliográficas **38**

VI. Anexos **38**

6.1 Anexo 1 39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Benchmarking **11**
Tabla 2: Etapas de crecimiento del proyecto. **19**
Tabla 3: Preguntas de validación **26**
Tabla 4: Tabla general de presupuesto del episodio piloto de Ghaiad **35**
Tabla 5: Proyección de costos de producción. **38**
Tabla 6: Fuentes de financiamiento e ingresos proyectados **39**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama del Árbol de Problema 3
Figura 2: Herramienta Mapa de Actores 6
Figura 3: Arquetipo de usuario 10
Figura 4: Mapa de empatía 11
Figura 5: Diagrama FODA 13
Figura 6: Ruta a la conceptualización 15
Figura 7: Propuesta de valor 16
Figura 8: Concept art principal de Ghaiad 18
Figura 9: Triple balance 20
Figura 10: Business Model Canvas 21
Figura 11: Diseños preliminares de Elion 22
Figura 12: Diseños preliminares de Railo 23
Figura 13: Color code de la Aldea de Fuego 23
Figura 14: Color code de la Aldea de Aire 23
Figura 15: Frames principales del animatic 24
Figura 16: Frames completos del animatic 25
Figura 17: Gráfico de rango de edad de los participantes 29
Figura 18: Gráfico de géneros de animación más consumidos 29
Figura 19: Gráfico de identificación con personajes y situaciones 30
Figura 20: Gráfico de interés en visualizar el episodio completo 30
Figura 21: Gráfico de aspectos más destacados del tráiler 31
Figura 22: Gráfico de aspectos a fortalecer en la propuesta 31
Figura 23: Referente de producción animada 2D independiente 36

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

“ Ghaiad, una serie animada sobre el autodescubrimiento en jóvenes con dificultades para construir un sentido de pertenencia e identidad.” Se eligió este título para resumir el propósito central de la propuesta: desarrollar una serie animada que aborde, desde la fantasía y la aventura, los conflictos emocionales propios de la adolescencia. La historia busca representar el proceso de crecimiento de jóvenes que atraviesan dudas sobre quiénes son, dónde pertenecen y cómo relacionarse con los demás, utilizando el viaje de sus personajes como una metáfora del autodescubrimiento y la construcción personal.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Ghaiad se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas y busca resolver la dificultad de jóvenes peruanos para construir un sentido de identidad y pertenencia, junto con la limitada representación de estas experiencias emocionales en contenidos audiovisuales nacionales, teniendo como población beneficiaria jóvenes peruanos de 11 a 14 años, principalmente consumidores de contenido audiovisual y plataformas digitales.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en utilizar la fantasía y la animación 2D como herramientas para representar conflictos emocionales relacionados con la identidad, el autodescubrimiento y el sentido de pertenencia en adolescentes, se trata de una serie animada 2D de fantasía y aventura

distribuida principalmente mediante plataformas digitales, protagonizada por Elion y Railo, dos jóvenes que enfrentan desafíos personales dentro de un mundo dividido en aldeas elementales. La propuesta utiliza personajes, color, simbolismo y metáforas visuales para comunicar emociones de manera accesible, y plantea una producción principalmente digital con potencial de expansión transmedia y aporte al desarrollo de la animación peruana.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) de baja fidelidad mediante diseños preliminares de personajes, escenarios y conceptos visuales, y de alta fidelidad mediante un animatic conceptual de 1 minuto y 50 segundos para evaluar la comprensión narrativa, el atractivo visual, la identificación emocional y el interés del público mediante una encuesta digital posterior a la visualización del animatic. La validación contó con 230 participantes y obtuvo un 70.4% de identificación con los personajes o situaciones y un 74.8% de interés en visualizar el episodio completo. Asimismo, permitió identificar oportunidades de mejora relacionadas con la claridad narrativa, las motivaciones del antagonista, el diseño sonoro y el uso del color.

Se concluye que la solución propuesta demostró potencial para generar identificación emocional e interés narrativo en el público juvenil mediante una historia fantástica centrada en identidad, pertenencia y crecimiento personal y se recomienda fortalecer la claridad del conflicto principal, mejorar el diseño sonoro y desarrollar con mayor profundidad el color y la ambientación visual antes de escalar el proyecto hacia una versión más completa del piloto y futuras etapas de producción.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

"Ghaiad" es un proyecto animado pensado para ser distribuido mediante la red social de YouTube, siguiendo la tendencia creciente en la plataforma con respecto a las web series animadas. A diferencia de métodos tradicionales, este enfoque facilita en gran medida el acceso al público objetivo, generando una conexión emocional más orgánica y rápida con la obra, además de reducir los tiempos que le toma al espectador descubrir la obra. Asimismo, esta práctica solidifica el alcance del proyecto, al incentivar a antiguos usuarios a compartir y orientar el contenido hacia nuevos posibles espectadores, aprovechando el sistema de algoritmo de la plataforma.

Este sistema de visualización de web series ya se encuentra bien establecido en países norteamericanos. No obstante, en regiones hispanohablantes como el Perú, esta práctica aún se encuentra en una etapa de experimentación temprana con las generaciones juveniles. Tomando este panorama en cuenta, este proyecto, desarrollado principalmente por animadores peruanos, apunta a fortalecer esta forma innovadora de comunicación audiovisual en el país, con especial énfasis en el entretenimiento animado como medio de expresión cultural y social.

La salud mental en jóvenes peruanos se ha vuelto una preocupación real en la última década. Solo en el año 2023 se reportó que 1 de cada 3 jóvenes en el país ha sufrido de algún problema relacionado a su salud mental, y de esta muestra 23% de los encuestados confirmó haber tenido episodios depresivos, y un 5% comunicó haber tenido pensamientos suicidas. Esta data muestra una trayectoria alarmante con respecto al estado emocional de la juventud.

Por ejemplo, para el año 2021 la tasa de suicidios por cada 100 mil habitantes en el Perú era solo de aproximadamente 1.5 personas; sin embargo, reportes del 2024 confirman que esta cifra ha aumentado hasta en un 95% comparado con la estadística anterior. Asimismo, para el 2025, se estimó que al menos el 50% de intentos de suicidios en la nación corresponden a jóvenes de 18 a 29 años de edad.

Es crucial analizar las causas que han provocado este incremento tan rápido en los últimos años, con el fin de brindar una mejor atención a los casos relacionados al estado mental de la juventud peruana. Dentro de este contexto, Ghaiad contribuye a esta meta utilizando herramientas y narrativas digitales que promuevan una mayor conexión y alcance con el público.

A su vez, este proyecto busca asistir con una de las principales dificultades que presentan métodos convencionales al momento de abordar esta problemática, la cual radica en limitaciones al acceso libre de servicios de salud mental en el país, ya sea por factores económicos o por falta de información clara.

La etapa de la adolescencia es a la vez, un momento clave de desarrollo social, en el cual se ve un incremento de experiencias de rechazo social y discriminación. Se estima que 66% de jóvenes peruanos han reportado haber sufrido algún tipo de discriminación a lo largo de sus vidas, y demuestra una inclinación creciente hacia el aislamiento social por parte de niños y adolescentes. En esta etapa de desarrollo

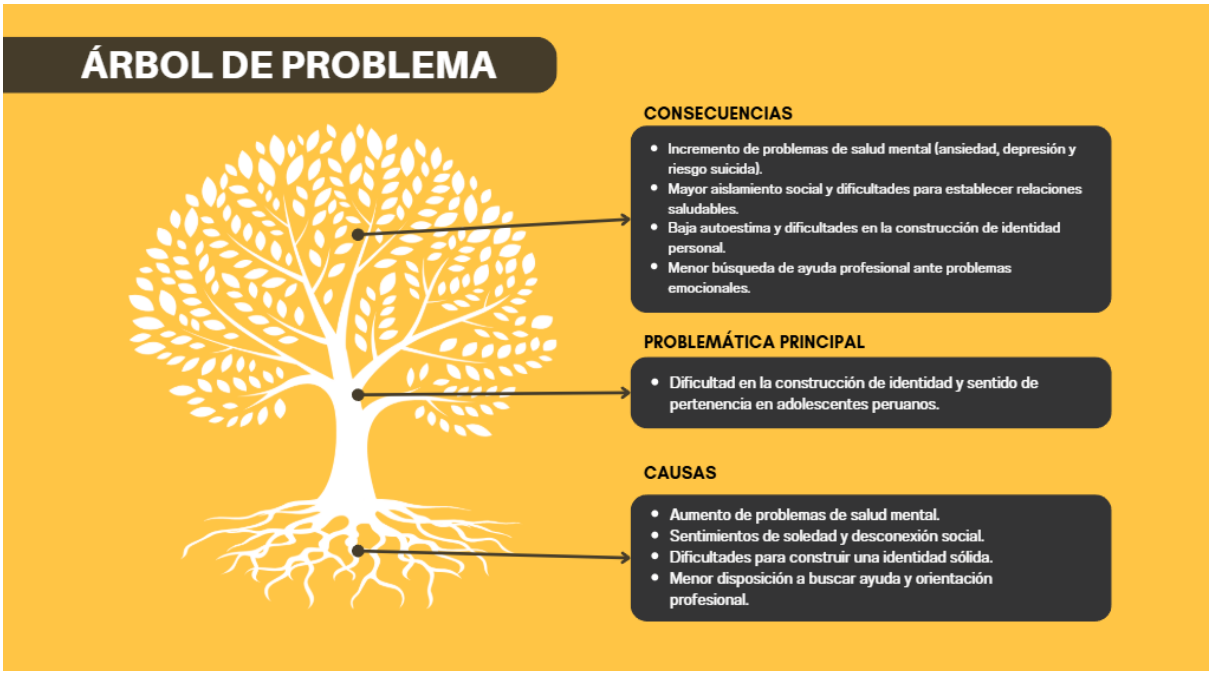
caracterizada por la construcción social y de búsqueda de pertenencia, es fundamental construir prácticas comunicacionales y educativas que permitan abordar estos problemas desde una perspectiva preventiva, promoviendo el bienestar mental y emocional desde edades tempranas.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Tomando este contexto, se puede notar que el desarrollo emocional de la juventud peruana está atravesando por una problemática relacionada en la construcción de una identidad completa y un sentido de pertenencia dentro de su contexto social.

Figura 1: *Diagrama del Árbol de Problema*



Dicho problema central radica en la falta de medios accesibles y prácticos que logren comunicar y guiar a los jóvenes peruanos hacia un desarrollo de identidad sólido, dentro de un entorno social cada vez más demandante y complejo.

Hay distintas causas las cuales generan este problema en el país. En primer lugar, existe una evidente limitación sistemática en el acceso a servicios de bienestar mental, específicamente debido a factores tanto económicos como de conocimiento, lo que impide que haya una atención temprana y adecuada incluso en casos que teóricamente, podrían ser gestionados con más facilidad en las condiciones adecuadas. Desde un

segundo punto, podemos conectar el problema al estado actual de los entornos sociales en los que estos jóvenes se desenvuelven, en el que se puede ver un incremento de factores como el rechazo y presión social, con al menos mitad de los adolescentes que reportan haberse sentido al menos una vez excluidos o discriminados.

Además, desde una perspectiva multimedia, la nación escasea de representaciones auténticas de los procesos emocionales adolescentes en medios tradicionales de entretenimiento, los cuales comúnmente simplifican estas experiencias, transmitiendo mensajes que carecen de impacto. Esto causa una discrepancia entre el contexto real de los jóvenes y sus problemas, y las posibles soluciones propuestas por medios comunicacionales, la cual incapacita al espectador de realmente conectar e identificarse con los personajes presentados.

Como consecuencia, está situación causa muchos efectos negativos que afectan directamente la complejidad de esta etapa de la vida temprana. Se observa un incremento de problemas mentales como la depresión, ansiedad o deseos de suicidio, así como una mayor tendencia al aislamiento voluntario en entornos sociales y dificultades para establecer conexiones emocionales con compañeros de edades similares que sean saludables a largo plazo. Es también importante mencionar que, la misma desilusión que provoca estos obstáculos en el desarrollo puede llegar a desalentar a los jóvenes a buscar ayuda profesional, al sentir que no hay actores responsables y activos que puedan comprender sus problemas.

Con este ámbito establecido, se puede concluir que esta problemática no sólo debilita la calidad de vida que tienen los jóvenes, sino que a su vez limita en gran parte la posibilidad de que estas dificultades sean atendidas de forma correcta y a tiempo, provocando la aparición más común de trastornos mentales graves y complejos de atender. Desde un punto audiovisual, sin embargo, esto abre una oportunidad para proyectos que centran precisamente en la creación de contenido el cual no solo aporte un valor de ocio, sino que a su vez eduquen y acompañen al espectador joven.

En respuesta a esta problemática, Ghaiad propone utilizar la animación 2D y la narrativa fantástica como medios accesibles para representar conflictos relacionados con la identidad, la inseguridad emocional y el sentido de pertenencia durante la

adolescencia. La propuesta responde directamente a la falta de representación emocional identificada en el contexto peruano mediante personajes construidos a partir de conflictos internos reconocibles, metáforas visuales y situaciones narrativas que permiten abordar temas sensibles de una forma cercana y comprensible para el público juvenil. Asimismo, su distribución en plataformas digitales como YouTube busca acercar el contenido a los espacios donde los jóvenes ya consumen entretenimiento e interactúan socialmente. De esta manera, Ghaiad no pretende sustituir la atención psicológica profesional, sino complementar los espacios de reflexión, identificación y acompañamiento emocional mediante una experiencia audiovisual adaptada al contexto juvenil peruano.\

Esta problemática se asocia a la ODS 3: Salud y Bienestar, al abordar la necesidad por una mejor atención psicológica hacia la población joven. Asimismo, se relaciona con la ODS 4: Educación de calidad, al promover herramientas de aprendizaje emocional y orientar a los adolescentes a buscar ayuda en profesionales capacitados en sus áreas de vivencia.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria con el proyecto “Ghaiad” se conforma por jóvenes peruanos de entre 11 y 14 años, principalmente estudiantes en etapa escolar primaria o media, los cuales presentan dificultades en la formación de su identidad personal y sentido de pertenencia en sus contextos sociales. Esta población actualmente se encuentra atravesando por una etapa en su desarrollo con bastantes cambios mentales y sociales, donde empiezan a construir su autoestima, relaciones interpersonales y percepción de sí mismos.

Estas dificultades suelen radicar en complicaciones a la hora de expresar sus emociones y pensamientos, a la vez de comprender sus experiencias personales y conectar efectivamente con jóvenes de edades similares. Por otra parte, el público objetivo consume con una mayor frecuencia redes sociales como YouTube o Tiktok, haciéndolo altamente receptivo ante proyectos de carácter audiovisual que logren conectar con sus vivencias e intereses.

De manera indirecta, el proyecto beneficiará a padres de familia, docentes y tutores, quienes podrán contar con un recurso narrativo que facilite el acompañamiento emocional de los jóvenes. Asimismo, la propuesta impactará en la comunidad educativa en general, al promover una mayor sensibilización sobre la importancia del bienestar emocional en etapas tempranas.

Mapa de Actores:

Con el propósito de llegar a entender mejor a la población beneficiaria, se presenta un mapa de relaciones que demuestra las diferentes influencias de los distintos actores en tres niveles de relación:

Centrales

- Jóvenes de 11 a 14 años en proceso de construcción de identidad (beneficiarios principales).

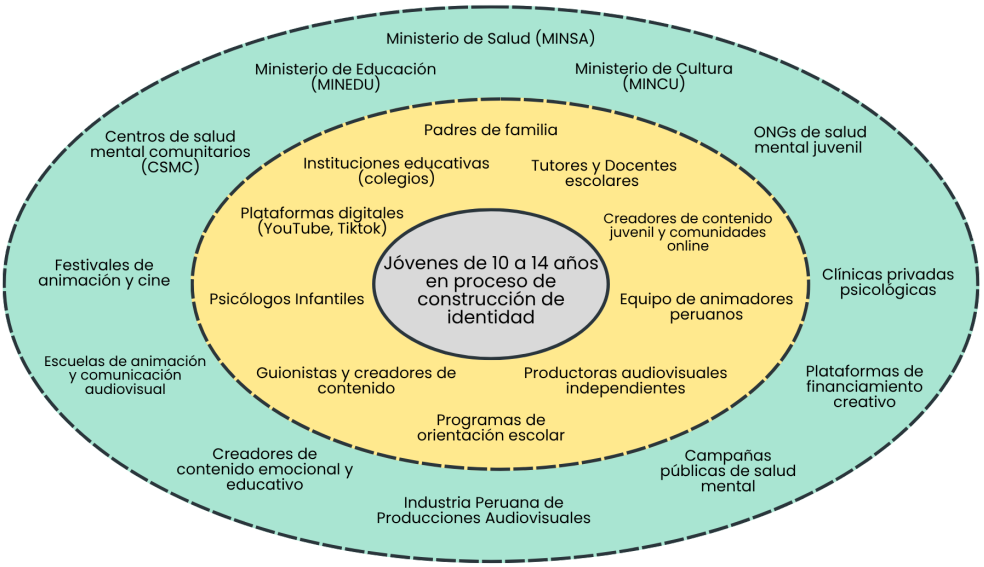
Directos

- Padres de familia (acompañamiento emocional y social).
- Instituciones educativas – colegios (formación y entorno de desarrollo).
- Tutores y docentes escolares (orientación y apoyo cotidiano).
- Psicólogos infantiles (apoyo especializado en salud mental).
- Plataformas digitales como YouTube y TikTok (canales de consumo y difusión).
- Creadores de contenido juvenil y comunidades online (referentes e influencia social).
- Equipo de animadores peruanos (desarrollo del proyecto).
- Programas de orientación escolar (acompañamiento educativo y emocional).

Indirectos

- Ministerio de Salud (MINSA) (políticas de salud mental).
- Ministerio de Educación (MINEDU) (lineamientos educativos).
- Centros de salud mental comunitarios (CSMC) (atención pública).
- Industria peruana de producciones audiovisuales (ecosistema creativo).
- Festivales de animación y cine (difusión y visibilidad).
- Creadores de contenido emocional y educativo (referentes indirectos).

Figura 2: *Herramienta Mapa de Actores*



Análisis Integrado

El mapa de actores permite identificar a los jóvenes de 11 a 14 años como el núcleo del proyecto, al ser los principales beneficiarios en un proceso clave de construcción de identidad y pertenencia. Su desarrollo no ocurre de forma aislada, sino en constante interacción con actores directos como padres, docentes, instituciones educativas y psicólogos, quienes influyen significativamente en su bienestar emocional. Asimismo, el entorno digital, a través de plataformas como YouTube y comunidades online, juega un rol determinante en la forma en que los jóvenes consumen contenido y construyen referentes.

En conjunto, esta red evidencia que la problemática es sistémica y factores tanto sociales, educativos y mediáticos construyen la experiencia juvenil. En este contexto, "Ghaiad" se presenta como una propuesta eficaz, al conectar estos niveles de influencia mediante un enfoque audiovisual que busca generar impacto tanto en el bienestar emocional de los jóvenes como en el desarrollo de contenido local significativo.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General: Generar conexión emocional y reflexión sobre la salud mental y el sentido de pertenencia en jóvenes peruanos de 11 a 14 años mediante el desarrollo de un piloto conceptual de serie animada 2D, logrando que al menos el 70% del público objetivo reporte identificación con la temática y los personajes durante pruebas de percepción realizadas a lo largo del ciclo académico.

Objetivos Específicos:

- Analizar e identificar los factores emocionales y sociales relacionados a las dificultades principales en la formación de identidad y sentido de pertenencia en jóvenes de 11 a 14 años de edad, mediante encuestas a 30 estudiantes escolares, durante un mes.
- Desarrollar tres propuestas narrativas basadas en los factores emocionales y sociales identificados durante la investigación, seleccionando la más adecuada según criterios de conexión emocional, impacto narrativo e identificación con el público objetivo, durante 3 semanas.
- Elaborar un prototipo para el piloto conceptual de la serie animada, validando su nivel de conexión emocional, comprensión temática y atractivo visual con una valoración mínima de 4/5 mediante entrevistas al público objetivo, durante un mes.
- Presentar y evaluar el piloto conceptual mediante pruebas de percepción realizadas hacia jóvenes de 11 a 14 años, analizando la recepción e identificación del público objetivo con la temática y personajes de la propuesta, durante 3 semanas.

2.4 Marco referencial

El rol de los cortos animados en el proceso de formación de los jóvenes, tanto social como interpersonalmente, es un punto de discusión que ya ha sido analizado por múltiples autores previos a esta investigación. Específicamente, un estudio publicado por Aardman Animations enfatiza algunas de las causas de esta condición intrínseca entre jóvenes y los proyectos audiovisuales. Según (Crawford et al., 2022), la animación cumple como una herramienta esencial en el proceso cognitivo de jóvenes actuales, al ser capaces de abordar temas sensibles o complejos de una forma empática y comprensiva en periodos limitados de tiempo.

Con este contexto en cuenta, proyectos previos tanto en animación como en videojuegos apuntan a generar esta conexión con sus espectadores jóvenes con el fin de promover una mejor formación de su sentido de identidad. El proyecto "LINA" (Mittman et al, 2022) desarrolla una experiencia narrativa digital enfocada en adolescentes tempranos mayores de 10 años, buscando fortalecer el sentido de pertenencia y la conexión social mediante dinámicas interactivas y narrativas compartidas. Los investigadores destacan que la adolescencia temprana es una etapa crítica para el desarrollo emocional y social, donde la conexión con otros funciona como un factor protector frente a problemas de salud mental.

En casos de animación, Johnson, K. (2023) analiza qué series contemporáneas actuales como Steven Universe cuentan con representaciones que permiten generar una mayor identificación emocional con los personajes, facilitando que los espectadores interpreten y comprendan sus propias emociones mediante experiencias ficticias. Asimismo, enfatiza que el uso de personajes fantásticos y mundos ficticios ayuda a comunicar problemáticas complejas de una manera más accesible para adolescentes.

Sin embargo, el proyecto Ghaiad tiene la característica de ser una serie digital pensada especialmente para redes, con el fin de llegar a tener una mayor accesibilidad de herramientas educativas que fomenten la creación de identidad. Según (Nesi et al, 2022), las plataformas audiovisuales y las comunidades online se han convertido en espacios importantes para la construcción de sentido de pertenencia, donde los jóvenes suelen desarrollar conexiones emocionales profundas con narrativas, personajes y comunidades digitales que reflejan experiencias similares a las suyas, especialmente en contenidos audiovisuales relacionados con crecimiento personal y representación emocional, como los proyectos anteriormente mencionados.

No obstante, como se ha mencionado previamente, esta clase de producciones en el Perú siguen encontrándose en una etapa temprana. Estos cortos suelen estar relacionados a problemas centrados en el mismo contexto peruano, como lo es "Conviviendo, Roomies en cuarentena", una serie web animada enfocada en representar las dificultades emocionales que atravesaron los jóvenes durante la pandemia, abordando temas como ansiedad, duelo, aislamiento y presión académica.

(Depaz, Huaranca, 2021) utilizaron experiencias personales y asesoría psicológica para construir personajes y conflictos emocionales cercanos a la realidad juvenil peruana en el contexto de la pandemia, además de complementar la serie con contenido educativo e informativo difundido mediante redes sociales.

En conjunto, las investigaciones y referentes analizados permiten sustentar la propuesta de "Ghaiad" como una serie animada digital enfocada en el desarrollo emocional y social de jóvenes peruanos. Los estudios revisados demuestran que las narrativas audiovisuales, especialmente aquellas construidas mediante personajes emocionalmente complejos y mundos ficticios, poseen una gran capacidad para generar identificación y reflexión en públicos adolescentes. A su vez, "Ghaiad" busca desarrollar una propuesta que combine narrativa emocional, fantasía y distribución digital para conectar de manera más cercana con jóvenes de entre 11 y 14 años. La serie plantea utilizar elementos visuales y narrativos inspirados en producciones contemporáneas que han demostrado generar impacto emocional en sus espectadores, adaptándose al contexto juvenil peruano y a las dinámicas actuales de consumo en plataformas digitales.

Consideraciones Teóricas:

- Adolescencia temprana: etapa de desarrollo entre aproximadamente 11 y 14 años en la que adquieren importancia la identidad, autonomía y relaciones con pares.
- Construcción de identidad: proceso mediante el cual el adolescente desarrolla una percepción de sí mismo, sus valores y su posición dentro de su entorno.
- Sentido de pertenencia: necesidad de sentirse aceptado e integrado dentro de grupos sociales o comunidades.
- Identificación emocional: capacidad del espectador para reconocer experiencias, sentimientos o conflictos propios en personajes y situaciones ficticias.
- Representación emocional juvenil: forma en que los medios audiovisuales representan conflictos relacionados con inseguridad, autoestima, aislamiento, aceptación y crecimiento personal.
- Metáfora visual: transformación de conceptos abstractos, como aislamiento o inseguridad, en elementos visibles dentro de personajes, escenarios, objetos o conflictos.

- Diseño de personajes: construcción visual del personaje mediante formas, silueta, color, vestuario y otros elementos que permiten comunicar personalidad, emociones y función narrativa.
- Psicología y simbolismo del color: utilización del color para reforzar emociones, contrastes y características narrativas.
- Worldbuilding: construcción coherente del universo ficticio, incluyendo espacios, culturas, reglas y elementos visuales

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El arquetipo de usuario del proyecto "Ghaiad" esta conformado por adolescentes de entre 11 a 14 años propios de los sectores urbanos de Lima Metropolitana, los cuales cuentan con acceso a internet, redes sociales y plataformas de entretenimiento. Estos jóvenes crean una cercanía con contenidos audiovisuales digitales, ya sean mediante creadores de contenido, comunidades digitales o series animadas online. Sus interacciones sociales diarias suelen centrarse en la interacción con entornos digitales, principalmente en las plataformas de TikTok, YouTube o Discord, o en videojuegos de carácter global y multijugador como Roblox, Minecraft o Fortnite. Mediante estos ecosistemas, los adolescentes, además de conseguir entretenimiento, empiezan a construir su propia identidad como personas, además de crear un sentido de pertenencia con el rol que toman en estas comunidades digitales con usuarios de similares edades.

No obstante, durante este ciclo de descubrimiento personal dentro de estas plataformas digitales, los adolescentes pueden presentar obstáculos en su formación como la inseguridad emocional, presión social y dificultades con la forma efectiva de expresar sus sentimientos con respecto a sus experiencias en entornos familiares o escolares. A pesar de convivir diariamente con este contenido digital, raramente suelen encontrar historias o narrativas audiovisuales que contengan una auténtica representación de los conflictos sociales y emocionales, propios de su edad. Al no poder conseguir orientación mediante medios tradicionales, estos adolescentes redireccionan sus problemas hacia espacios online como una forma de acompañamiento emocional y

validación social, incluso si estos espacios no siempre están planeados con el fin de responder a necesidades emocionales de forma extensa y saludable.

Figura 3: *Arquetipo de usuario*



Figura 4: *Mapa de empatía*



2.5.2 Información sobre el Mercado

Entrando al contexto nacional, existe una creciente área de oportunidad para contenidos juveniles que se enfoquen en el entretenimiento y bienestar emocional. Según reportes de INEI (2024), se reporta que el acceso al internet en niños y adolescentes ha aumentado a 86.4% en tiempos recientes, evidenciando que estas plataformas online se han vuelto uno de los principales puentes de entretenimiento e interacción social para la juventud peruana. A su vez, se han presentado reportes de la Secretaría Nacional de la Juventud (2023) que demuestran que más del 32% de los jóvenes de 15 a 29 años de edad presentan algún problema de salud mental. A pesar de estas tendencias nacionales, gran parte de las producciones animadas que hoy en día abordan esta clase de situaciones siguen siendo internacionales y pocas llegan a representar con mayor detalle las experiencias cercanas a la realidad peruana.

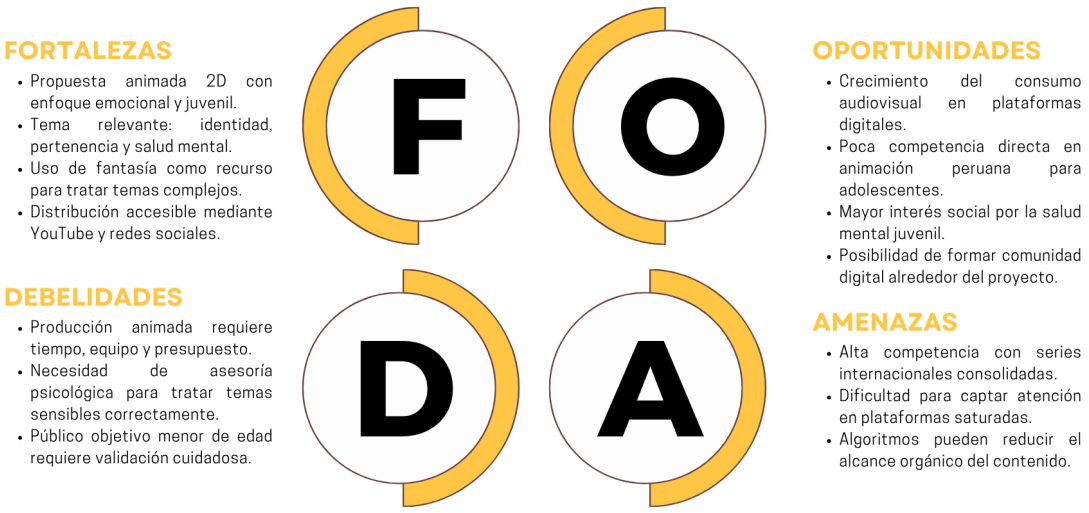
Tabla 1: *Benchmarking*

PROPUESTA	PAÍS	TEMÁTICA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	¿CÓMO MEJORO?
Steven Universe	Estados Unidos	Identidad, emociones, pertenencia	Representación emocional fuerte, personajes complejos, gran conexión con jóvenes	Producción ligada a televisión tradicional, contexto cultural extranjero	Adaptar conflictos emocionales al contexto juvenil peruano y distribución digital más accesible
The Owl House	Estados Unidos	Diferencia, comunidad, autodescubrimiento	Uso efectivo de fantasía para representar inseguridades adolescentes	Narrativa extensa y dependiente de grandes estudios	Crear una narrativa más compacta y cercana al formato web juvenil
Infinity Train	Estados Unidos	Trauma, crecimiento emocional	Metáforas visuales profundas y desarrollo psicológico sólido	Temática más compleja para públicos menores	Simplificar algunos temas emocionales mediante personajes más accesibles para 10–14 años
Covidviendo: Roomies en cuarentena	Perú	Salud mental y pandemia	Contexto peruano cercano y enfoque emocional juvenil	Limitado al contexto COVID y público mayor	Expandir los temas emocionales hacia identidad y pertenencia adolescente
Un grupo fantástico	Perú	Inclusión y convivencia	Representación juvenil peruana e intención educativa	Menor profundidad emocional y enfoque más infantil	Integrar conflictos emocionales más personales y narrativas adolescentes
GHAIAD	Perú	Identidad, salud mental, pertenencia	Enfoque emocional juvenil, fantasía, narrativa digital y representación peruana	Presupuesto limitado y producción independiente	Fortalecer estrategia digital, comunidad online y validación emocional del piloto

En el análisis realizado se muestra que existe esta tendencia internacional hacia producciones animadas centradas en emociones, identidad y el crecimiento personal, con casos como Steven Universe, The Owl Hourse o Infinity Train las cuales utilizan elementos de aventura y fantasía para demostrar los conflictos personales relacionados

a la inseguridad, pertenencia y autodescubrimiento, creando una fuerte relación de acompañamiento emocional hacia los públicos jóvenes. No obstante, estas producciones están ligadas principalmente a contextos culturales extranjeros y formatos de streaming y venta tradicional. En el caso de proyectos peruano Covidviendo: Roomies en cuarentena o Un grupo fantástico demuestran que existe interés por desarrollar contenidos animados relacionados con emociones, convivencia y salud mental, aunque todavía se trata de un mercado emergente con pocas propuestas dirigidas específicamente a adolescentes tempranos.

Figura 5: *Diagrama FODA*



Por otro lado, el análisis FODA demuestra que "Ghaiad" posee fortalezas relacionadas con su enfoque emocional, narrativa fantástica y distribución mediante plataformas digitales accesibles para jóvenes. El proyecto aprovecha oportunidades como el crecimiento del consumo audiovisual online, el interés creciente por la salud mental juvenil y la falta de competencia directa dentro de la animación peruana para adolescentes. No obstante, también enfrenta desafíos importantes, como las limitaciones presupuestales de la animación independiente y la fuerte competencia de producciones internacionales ya consolidadas. Frente a ello, la propuesta busca diferenciarse mediante una identidad visual propia, una representación emocional más

cercana al contexto juvenil peruano y el desarrollo de una comunidad digital que permita fortalecer la conexión entre la serie y su público objetivo

En cuanto la demanda potencial del proyecto, a partir de la validación realizada para Ghaiad, se identificó una respuesta favorable hacia la continuidad de la propuesta. De los 230 participantes que visualizaron el animatic conceptual, el 74.8% manifestó interés o alto interés en visualizar el episodio completo, equivalente a aproximadamente 172 participantes. Asimismo, el 70.4% reportó identificación con los personajes o situaciones presentadas. Estos resultados permiten evidenciar que, dentro de una audiencia expuesta a la propuesta, existe una intención considerable de continuar consumiendo el contenido.

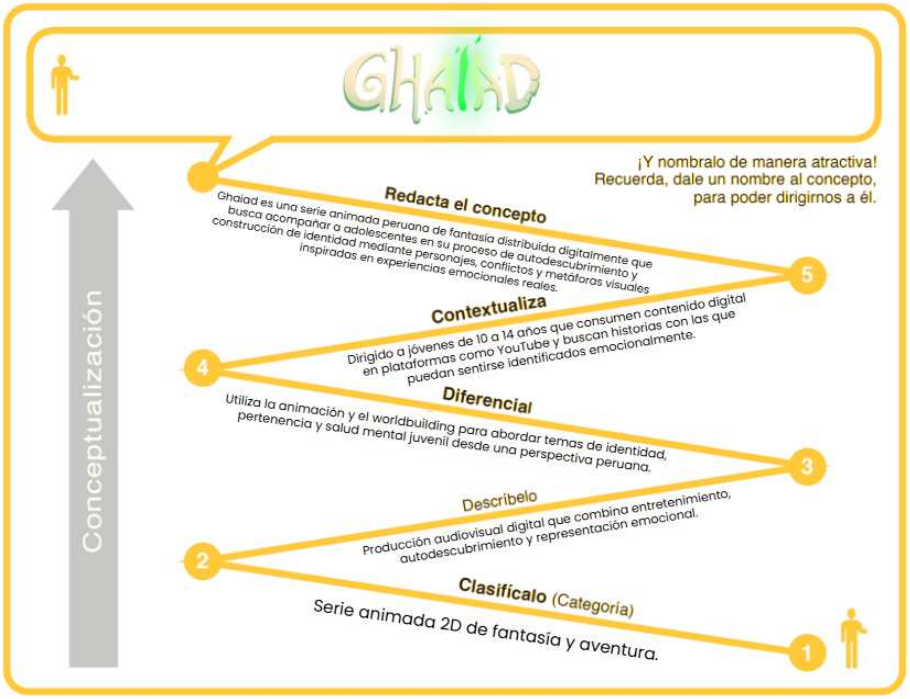
Para aproximar el posible alcance digital de Ghaiad también se analizaron producciones animadas latinoamericanas desarrolladas o difundidas mediante plataformas digitales. Un referente regional es Electro Andes, proyecto de animación argentino cuyo story trailer superó aproximadamente las 180 mil visualizaciones en YouTube durante su primer mes de publicación. En el contexto peruano, ENA, serie web independiente creada por el animador peruano Joel G, demuestra un escenario de crecimiento digital de mayor escala: distintas piezas de su serie registran actualmente varios millones de visualizaciones. Estos resultados representan casos de consolidación y no deben considerarse como un alcance automático para una nueva producción, pero evidencian la capacidad de una propiedad intelectual animada latinoamericana para construir audiencias internacionales a partir de plataformas digitales.

Tomando como referencia la intención de consumo obtenida durante la validación de Ghaiad y el comportamiento observable de proyectos digitales latinoamericanos, se plantea de manera preliminar un alcance inicial aproximado de entre 25,000 y 100,000 visualizaciones para el piloto durante su primera etapa de distribución digital, considerando YouTube como plataforma principal y TikTok e Instagram como medios de difusión complementarios. Dentro de este rango, 50,000 visualizaciones se establecen como una meta inicial de referencia para evaluar la capacidad de la propuesta de alcanzar una audiencia más allá de los participantes de la investigación.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

"Ghaiad" es un piloto conceptual para una serie animada 2D de fantasía y aventura dirigida a jóvenes de 11 a 14 años, creada específicamente para distribución digital en la plataforma de YouTube y pensada como una propuesta que combine entretenimiento, representación emocional y construcción de identidad juvenil. La serie tiene de protagonistas a Elion y Railo, dos amigos que son transportados accidentalmente a un mundo fantasioso divido en aldeas elementales, donde tendrán que enfrentarse tanto a enemigos exteriores, como a conflictos personales relacionados con la inseguridad y el autodescubrimiento. A través de este estilo de narrativa empática y emocional y personajes diseñados en base a conflictos internos realistas, el proyecto busca conectar con obstáculos presentes en el desarrollo de la adolescencia peruana.

Figura 6: *Ruta a la Conceptualización*



La propuesta de valor radica en producir una serie animada peruana pensada en jóvenes que necesitan sentirse acompañados y representados emocionalmente durante esta etapa crucial de su formación personal, mediante una narrativa fantástica distribuida en plataformas digitales y adaptada a un contexto social juvenil del país. La propuesta utiliza un worldbuilding de fantasía, con aldeas elementales y metáforas

visuales para representar emociones complejas de una forma accesible y atractiva para el público objetivo.

"Ghaiad" se diferencia de proyectos similares internacionales al tener la intención de fortalecer y expandir la industria de la animación digital peruana al estar enfocada específicamente en públicos poco explorados en la industria nacional como lo es la salud mental en adolescentes. El proyecto no solo aborda un valor de entretenimiento, sino que también se alinea con el desarrollo de la narrativa local dentro de plataformas digitales consumidas diariamente por jóvenes peruanos hoy en día. El estilo visual, diseño de personajes y la construcción del mundo fueron pensados para transmitir emociones mediante color, simbolismo y dirección artística, utilizando la animación como una herramienta de representación emocional y conexión juvenil.

Figura 7: *Propuesta de valor*



Por último, "Ghaiad" nace como respuesta hacia una problemática nacional actual, relacionada con la salud mental, sentido de pertenencia y falta de representación emocional adolecente en los contenidos audiovisuales peruanos actuales. La serie busca ofrecer un espacio narrativo para que los adolescentes puedan verse representados mediante personajes inseguros, sensibles y emocionalmente

conflictuados, permitiendo conectar sus propias vivencias y emociones mediante una experiencia audiovisual accesible y entretenida.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

1. Descripción general del producto o servicio

Ghaiad es una serie animada 2D del género fantasía y aventura dirigida a jóvenes entre 11 a 14 años de edad. La serie esta planeada para tener 12 episodios y representa el primer proyecto audiovisual de un universo transmedia, el cual busca expandirse mediante novelas gráficas, videojuegos y otros formatos narrativos. La historia sigue a Railo y Elion, dos jóvenes transportados accidentalmente a un mundo de fantasía dividido en cuatro aldeas elementales, donde tendrán que encontrar el camino de regreso a casa mientras enfrentan desafíos que pondrán a prueba su amistad, identidad y capacidad para adaptarse al cambio.

La serie responde a la necesidad de contenidos audiovisuales nacionales que aborden temas relacionados con la salud mental, el sentido de pertenencia y el autodescubrimiento durante la etapa adolecente. A través de su narración, Ghaiad busca transmitir valores como la creatividad, la empatía, el respeto, la colaboración y la responsabilidad, utilizando la aventura como una herramienta para explorar problemáticas emocionales que afectan a los jóvenes en la actualidad

2. Características físicas o digitales

Ghaiad es una serie digital desarrollada mediante animación 2D tradicional. Su estilo se caracteriza por una estética fantástica inspiradas en proyectos contemporáneos como Adventure Time, Amphibia y Avatar: La Leyenda de Aang, donde tanto escenarios, criaturas y personajes poseen diseños estilizados que priorizan el movimiento y la imaginación. Las aldeas elementales tienen identidades visuales propias y reconocibles, que se alejan de la arquitectura tradicional humana y presentan elementos más naturales y fantasiosos.

Los personajes fueron creados como especies originales pertenecientes al mismo mundo Ghaiad, diferenciándose entre sí mediante formas, colores, comportamientos y valores culturales específicos. Este estilo artístico planea despertar la curiosidad del

espectador e invitarlo a conectar con la narrativa del universo, de forma compleja pero accesible para el público juvenil.

Figura 8: *Concept art de Ghaiad*



3. Mecánica de uso o funcionamiento

La experiencia de usuario inicia cuando el público descubre contenido promocional de Ghaiad en plataformas digitales como TikTok, Instagram o YouTube. Si la propuesta capta su interés, puede acceder al canal oficial del proyecto en la plataforma de YouTube para visualizar el piloto y los futuros episodios. Durante el visionado, el espectador sigue la historia de los protagonistas mientras explora el mundo de Ghaiad y sus diferentes aldeas, conectando con temas como la amistad, la pertenencia y el crecimiento personal. Además, puede complementar su experiencia mediante redes sociales y futuras expansiones transmedia relacionadas con el universo de la serie.

4. Triple Balance

"Ghaiad" ha sido desarrollado considerando los principios del triple balance, comprendiendo que, con el objetivo de brindar una propuesta innovadora, no solo basta analizar la funcionalidad de la misma, sino que a su vez se debe construir como una solución consciente hacia su entorno social, económico y medioambiental.

Sostenibilidad Ambiental: El proyecto planea minimizar su impacto ecológico al tratarse de una producción enteramente digital, tanto en la distribución de la serie como en su desarrollo, reduciendo significativamente materiales físicos, impresiones y

otros procesos de transporte. A su vez, su distribución en redes sociales evita generar residuos asociados con productos físicos durante su proceso de conectar con el público objetivo. El proyecto también emplea modalidades de trabajo remoto y colaboraciones digitales, lo que optimiza el uso de recursos durante el proceso de producción

Sostenibilidad Económica: La propuesta se basa en la creación de una propiedad intelectual digital peruana, lo que permite reducir los costos de difusión considerablemente en comparación con medios tradicionales, además de permitir tener una mayor accesibilidad y alcance al proyecto. Adicionalmente, ¨Ghaiad¨ ha sido planeado como un punto de inicio para un universo transmedia con el potencial de expandirse hacia novelas visuales, videojuegos y otros productos relacionados. Esto abre oportunidades para financiar el proyecto mediante festivales, fondos culturales, merchandising y sistemas de monetización digital, potenciando la visibilidad de la serie y contribuyendo al crecimiento de la industria de la animación peruana.

A nivel de distribución internacional, Ghaiad busca posicionarse inicialmente en el mercado latinoamericano, donde los temas de identidad, pertenencia y crecimiento adolescente pueden conectar con públicos que comparten contextos sociales y culturales similares. Posteriormente, la participación en festivales y mercados especializados de animación permitirá presentar la propiedad intelectual ante productoras, estudios, distribuidores y plataformas, buscando generar oportunidades de coproducción, financiamiento y distribución internacional.

Asimismo, la escalabilidad de la propiedad intelectual apunta que la serie funcione como punto de entrada hacia un universo transmedia, con posibilidades de expansión mediante cómics, videojuegos, contenido digital, merchandising y nuevas historias ambientadas dentro del mundo de Ghaiad.

Sostenibilidad Social: Finalmente, el proyecto busca generar un impacto positivo en adolescentes peruanos mediante la promoción de valores relacionados con la empatía, la amistad, la identidad y el sentido de pertenencia. A través de personajes y conflictos emocionales cercanos a la realidad juvenil, la serie pretende ofrecer un espacio de representación y reflexión para jóvenes que atraviesan procesos de autodescubrimiento. Del mismo modo, “Ghaiad” contribuye al fortalecimiento de la animación peruana al desarrollar contenido original pensado específicamente para

públicos juveniles nacionales, promoviendo una industria cultural más diversa, accesible y conectada con las necesidades de las nuevas generaciones.

Figura 9: *Triple Balance*



5. Plan de continuidad, escalabilidad y proyección internacional

La continuidad de Ghaiad se plantea mediante un crecimiento progresivo dividido en tres etapas. Cada fase responde al nivel de desarrollo alcanzado por el proyecto y busca reducir riesgos antes de avanzar hacia una producción de mayor escala, combinando validación con usuarios, fuentes de financiamiento y oportunidades internacionales.

Etapa	Objetivo principal	Acciones clave	Financiamiento y aliados potenciales	Resultado esperado
1. Corto plazo (0 a 12 meses): Consolidación del piloto	Convertir el animatic conceptual en un piloto audiovisual más cercano al producto final.	• Incorporar mejoras identificadas en la validación • Reforzar claridad narrativa, diseño sonoro, color y presentación visual • Preparar dossier, teaser y materiales de pitch	• DAFO del Ministerio de Cultura • Crowdfunding • Instituciones educativas • Comunidades de animación	Piloto fortalecido, dossier profesional y primera comunidad digital alrededor de Ghaiad.
2. Mediano plazo (12 a 24 meses): Circulación y proyección internacional	Posicionar Ghaiad en mercados y espacios de animación fuera del ámbito académico.	• Postular a festivales, laboratorios y mercados • Realizar pitch • Buscar mentorías, coproducción, distribución y contactos con estudios o productoras	• Pixelatl Ideatoon • Ventana Sur Animation! • Festivales de animación • Estudios independientes • Socios de coproducción	Mayor visibilidad, retroalimentación profesional, nuevas alianzas y posibilidades de financiamiento internacional.
3. Largo plazo (24 a 48 meses): Escalabilidad de la propiedad intelectual	Expandir Ghaiad más allá del piloto y convertirlo en una propiedad intelectual sostenible.	• Desarrollar progresivamente la primera temporada de 12 episodios • Ampliar el universo mediante contenido digital, cómics, novelas gráficas, videojuegos y productos derivados	• Productoras • Fondos nacionales e internacionales • Monetización digital • Patrocinios • Crowdfunding • Futuras licencias	Crecimiento de la franquicia, diversificación de ingresos y consolidación de una comunidad peruana y latinoamericana.

Tabla 2: *Etapas de crecimiento del proyecto.*

Antes de desarrollar una temporada completa, Ghaiad debe consolidar su piloto, demostrar interés del público, fortalecer su comunidad y acceder a nuevas oportunidades de financiamiento y coproducción. De esta manera, la escalabilidad se mantiene realista y permite que cada nueva inversión esté respaldada por evidencia previa de validación, recepción y viabilidad.

En el ámbito internacional, Ghaiad busca posicionarse inicialmente dentro del mercado latinoamericano, donde sus temas de identidad, pertenencia y crecimiento adolescente pueden conectar con públicos que comparten contextos sociales y culturales similares. A largo plazo, la participación en festivales y mercados especializados permitiría ampliar su circulación y establecer alianzas con estudios, distribuidores y plataformas interesadas en contenidos animados provenientes de Latinoamérica.

2.5.5 Modelo de Negocio

Para presentar de mejor forma el modelo de negocio del proyecto ¨Ghaiad¨, se ha optado por utilizar el Business Model Canvas, con el fin de organizar de forma visual y estratégicas los factores necesarios para la creación del proyecto

Propuesta de valor: Ghaiad es una serie animada 2D de fantasía y aventura dirigida a jóvenes de 11 a 14 años que busca promover el autodescubrimiento, la construcción de identidad y el sentido de pertenencia mediante una narrativa fantástica emocionalmente cercana. A través de personajes que enfrentan cambios, inseguridades y procesos de crecimiento personal, la serie ofrece una experiencia de entretenimiento que también fomenta la reflexión sobre temas relacionados con la salud mental adolescente.

Segmento de usuarios o beneficiarios: El público principal está conformado por adolescentes entre 11 y 14 años que consumen contenido audiovisual digital mediante plataformas como YouTube, TikTok y redes sociales.

Canales de distribución: La distribución inicial se realizará mediante plataformas digitales de acceso gratuito como YouTube y TikTok. Estas plataformas permitirán

publicar trailers, episodios, material promocional y contenido complementario para generar comunidad alrededor del proyecto.

Relación con el usuario: Ghaiad busca construir una relación participativa con su audiencia mediante contenido complementario en redes sociales, publicaciones sobre el proceso creativo, ilustraciones, contenido transmedia y espacios de interacción con la comunidad.

Fuentes de ingresos y sostenibilidad: La sostenibilidad económica del proyecto se plantea mediante una combinación de fondos culturales, festivales de animación, patrocinadores y futuras oportunidades de monetización digital. A largo plazo, la expansión transmedia del universo Ghaiad permitirá generar nuevas fuentes de ingresos mediante cómics, videojuegos, merchandising y otras propiedades derivadas. El proyecto también contempla alianzas con instituciones educativas, organizaciones culturales y empresas interesadas en apoyar la producción audiovisual peruana.

Recursos clave:

- Equipo de animación 2D y dirección artística.
- Guionistas, diseñadores de personajes y creadores de contenido.
- Software de producción audiovisual y herramientas digitales.
- Propiedad intelectual del universo Ghaiad.
- Comunidad digital y presencia en redes sociales.

Actividades clave:

- Escritura y desarrollo narrativo.
- Producción de episodios animados.
- Diseño visual y conceptual de personajes y escenarios.
- Gestión de redes sociales y marketing digital.
- Desarrollo de futuras extensiones transmedia.
- Participación en festivales y convocatorias culturales.

Aliados clave:

- Ministerios y programas de apoyo cultural.
- Festivales de animación y cine.
- Instituciones educativas vinculadas a la comunicación audiovisual.
- Comunidades de artistas y animadores peruanos.
- Plataformas digitales de distribución.

Costos clave:

- Producción de animación.
- Diseño gráfico e ilustración.
- Software y licencias especializadas.
- Marketing y difusión digital.
- Música y diseño sonoro.
- Desarrollo de materiales promocionales.

Escalabilidad o sostenibilidad futura:

La principal fortaleza de Ghaiad es su diseño como universo transmedia. La serie funciona como punto de entrada para futuras expansiones mediante cómics, videojuegos y nuevas historias ambientadas en el mismo mundo narrativo.

Figura 10: *Business Model Canva*



2.5.6 Resultados esperados

Resultado principal (Macroresultado)

Se espera que el piloto conceptual de la serie animada Ghaiad genere una conexión emocional significativa con jóvenes peruanos de 11 a 14 años, promoviendo la reflexión sobre la salud mental, el sentido de pertenencia y el proceso de construcción de identidad.Este resultado se encuentra directamente vinculado al objetivo general del proyecto, el cual plantea que al menos el 70% del público objetivo logre

identificarse con la temática y los personajes durante las pruebas de percepción realizadas a lo largo del ciclo académico.

Resultado hacia el usuario:

- Validación de la propuesta audiovisual

Se espera que el piloto conceptual obtenga una valoración mínima de 4 sobre 5 puntos en aspectos relacionados con atractivo visual, comprensión narrativa y calidad general. Este resultado permitirá verificar que la propuesta audiovisual comunica de manera efectiva los temas centrales planteados durante la investigación.

- Incremento de la identificación emocional

Se espera que al menos el 70% de los participantes manifiesten sentirse identificados con los personajes, conflictos o mensajes presentados en la historia. Este indicador permitirá evidenciar que la serie responde a la necesidad de representación emocional detectada en jóvenes de 11 a 14 años.

Resultado hacia el mercado audiovisual y cultural:

- Aporte cultural y educativo

Se espera demostrar que la animación puede funcionar como una herramienta de reflexión sobre identidad, pertenencia y bienestar emocional en adolescentes. Asimismo, el proyecto busca contribuir a la producción de contenido original peruano dirigido a públicos juveniles, fortaleciendo la presencia de la animación nacional en espacios digitales. Este resultado se relaciona directamente con el ODS 3: Salud y Bienestar, al fomentar la reflexión sobre la salud mental, y con el ODS 4: Educación de Calidad, al promover el aprendizaje emocional mediante recursos audiovisuales adaptados al público objetivo.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Prototipo de baja fidelidad:

El prototipo de baja fidelidad del proyecto "Ghaiad" aborda la primera representación visual de la serie mediante diseños preliminares de los personajes y concept art del worldbuilding. Esta dirección artística, además de estructurar la estética de la serie, tiene el objetivo de comunicar conceptos emocionales relacionados con la

construcción de la identidad y el sentido de pertenencia. Cada aldea posee elementos visuales basados en la psicología del color y simbolismo emocional para promover ciertas sensaciones en los espectadores: la aldea de Aire, por ejemplo, utiliza principalmente tonos cálidos y anaranjados para transmitir libertad y aceptación, mientras que por contraste, la aldea de Fuego utiliza colores verdes contrastantes para para generar tensión, temor e incertidumbre. Siguiendo esta misma corriente, los personajes de Elion y Railo fueron diseñados para reflejar aspectos psicológicos de su personalidad: Elion utiliza colores cálidos que representan empatía, afecto y esperanza, mientras que Railo adopta tonalidades moradas que reflejan sus conflictos internos, inseguridades y proceso de crecimiento personal. Este prototipo permitió evaluar si la narrativa visual era capaz de comunicar estas emociones antes de avanzar hacia etapas de producción más complejas.

Figura 11: *Diseños preliminares de Elion*

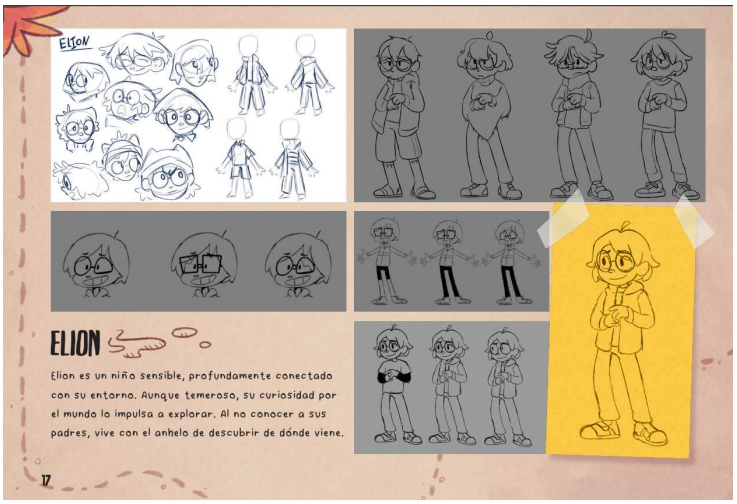


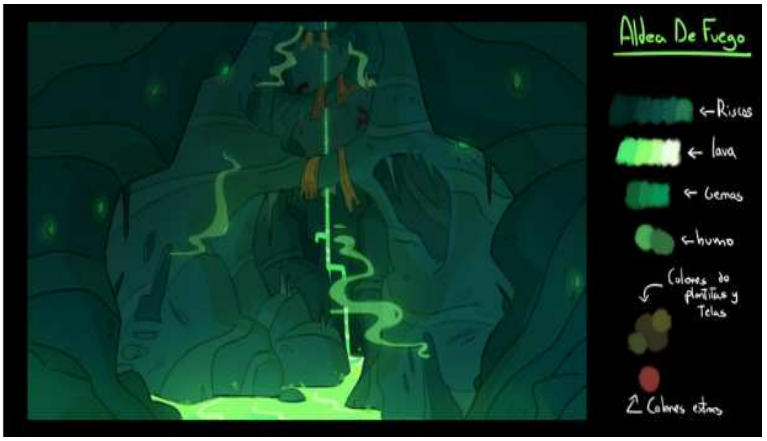
Figura 12: *Diseños preliminares de Railo*



Figura 13: *Color code de la Aldea de Aire*



Figura 14: *Color code de la Aldea de Fuego*



Prototipo de alta fidelidad:

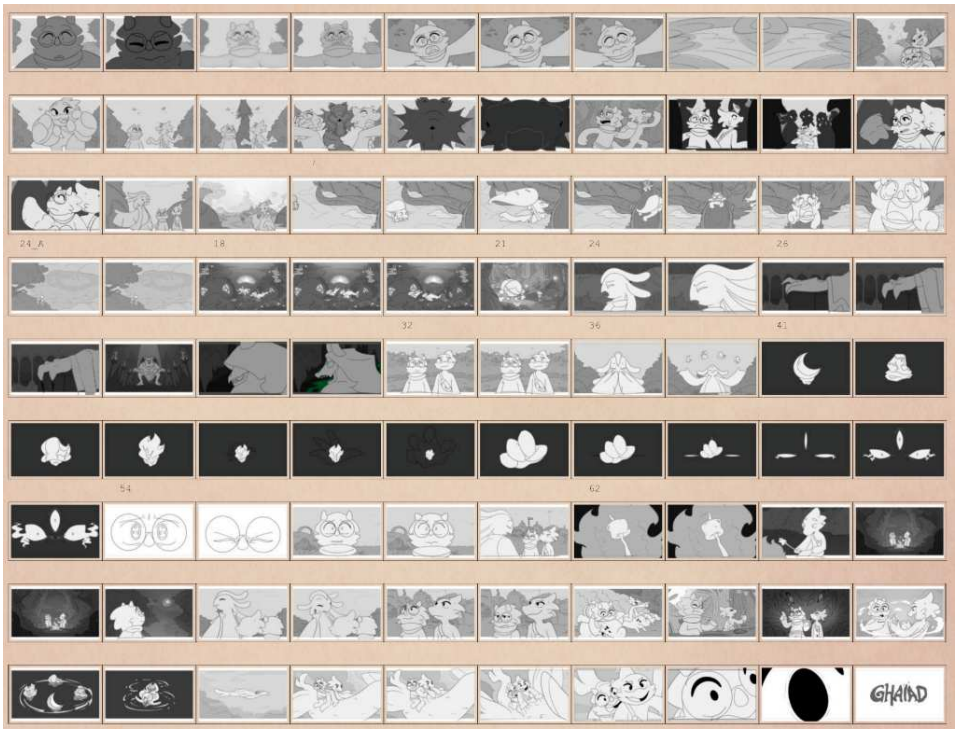
El prototipo de alta fidelidad muestra el animatic del trailer para el proyecto. Con una duración de 1 minuto y 50 segundos, esta muestra representa una versión más acertada del producto final, incorporando efectos sonoros, actuación de los personajes, y una composición narrativa que permite al espectador tener una mayor claridad de la aventura principal de Elion y Railo. Los protagonistas emprenden en un viaje para recolectar las cuatros gemas elementales de cada aldea, mientras enfrentan la amenaza del antagonista principal Galatar, la cual además de ser un reto físico para los protagonistas, también representa la pérdida de identidad y el aislamiento que surge

cuando una persona busca definirse mediante el poder y el rechazo a los demás. De esta forma, el animatic trata de plasmar la problemática del proyecto mediante la exploración de las dificultades relacionadas con la construcción de identidad y el sentido de pertenencia, tanto con los personajes principales como con la historia y antagonista. Para el animatic se utilizaron herramientas digitales especializadas como Toom Boom Harmony para la animación 2D, como Adobe After Effects y Adobe Audition para la edición del video. Tomando en cuenta todo lo anterior, esta versión busca validar la capacidad de la propuesta para generar conexión emocional con el público objetivo, comunicar los temas de identidad y pertenencia.

Figura 15: *Frames principales del animatic*



Figura 16: *Frames completos del animatic*



2.5.8 Experimentos

A. Actividad de validación

Para validar el prototipo de Ghaiad, se aplicó una encuesta digital posterior a la visualización del animatic conceptual de la serie. Esta actividad fue planteada como una prueba de percepción del prototipo audiovisual, con el objetivo de evaluar si la propuesta era comprensible, atractiva visualmente, emocionalmente identificable y coherente con los temas de identidad, amistad y sentido de pertenencia.

El instrumento se estructuró en tres secciones. La primera recogió información sobre el perfil del participante y sus hábitos de consumo de animación. La segunda evaluó la percepción directa del animatic mediante preguntas cerradas y escalas de valoración. Finalmente, la tercera sección incorporó preguntas abiertas para recoger opiniones, emociones, dudas y sugerencias de mejora.

B. Público participante

La validación contó con la participación de 230 estudiantes hombres y mujeres, principalmente adolescentes y jóvenes latinoamericanos. Los participantes fueron contactados a través de espacios digitales con alta participación adolescente, lo que permitió obtener una muestra amplia y diversa. El rango de edad considerado fue de 9 años a más de 18 años, aunque el grupo principal se concentró entre los 11 y 14 años, etapa directamente relacionada con el público objetivo de Ghaiad.

Se eligió a este grupo porque representa a los usuarios potenciales de la propuesta: jóvenes familiarizados con el consumo de contenido audiovisual digital, series animadas y plataformas como YouTube, TikTok o redes sociales. Asimismo, se consideró pertinente validar con estudiantes latinoamericanos debido a que el proyecto busca conectar con problemáticas emocionales presentes en adolescentes de contextos cercanos al peruano.

C. Instrumento de validación

El instrumento de validación consistió en una encuesta compuesta por 15 preguntas, diseñadas para evaluar distintos aspectos de la propuesta audiovisual. Se combinaron

preguntas de opción múltiple, escalas de valoración y preguntas abiertas, permitiendo obtener tanto datos cuantitativos como opiniones cualitativas.

Tabla 3: *Preguntas de validación*

Nº	Pregunta	Tipo de respuesta	Resultado específico que mide
1	¿Cuál es tu rango de edad?	Opción múltiple	Identificar si la muestra pertenece al público objetivo o a grupos cercanos.
2	¿De qué país eres?	Opción múltiple	Reconocer el alcance geográfico de la validación y la presencia latinoamericana.
3	¿Con qué frecuencia consumes series animadas?	Opción múltiple	Medir la familiaridad del participante con el formato animado.
4	¿Qué tipo de series animadas consumes con mayor frecuencia?	Opción múltiple	Identificar afinidad con géneros relacionados a Ghaiad, como fantasía, aventura y comedia.
5	¿Consideras importante que las series para jóvenes aborden temas relacionados con emociones, identidad o autoestima?	Opción múltiple	Evaluar la relevancia percibida del problema y la necesidad temática del proyecto.
6	¿Qué tan atractivo te pareció visualmente el tráiler?	Escala del 1 al 5	Medir la recepción visual del animatic, diseño de personajes y propuesta estética.
7	¿Qué tan fácil fue comprender la historia presentada?	Escala del 1 al 5	Evaluar la claridad narrativa del prototipo.
8	¿Qué tan identificado te sentiste con alguno de los personajes o situaciones mostradas?	Escala del 1 al 5	Medir el nivel de conexión emocional e identificación con la propuesta.
9	Después de ver el tráiler, ¿qué tan interesado estarías en ver el episodio completo?	Escala del 1 al 5	Medir la intención de consumo y continuidad del interés del espectador.

10	¿Consideras que el tráiler transmite adecuadamente temas relacionados con identidad, amistad y sentido de pertenencia?	Escala del 1 al 5	Evaluar si el mensaje principal del proyecto fue comprendido por el público.
11	¿Qué fue lo que más te llamó la atención del tráiler?	Pregunta abierta	Identificar los elementos más atractivos de la propuesta audiovisual.
12	¿Qué emoción o sentimiento te generó la historia presentada?	Pregunta abierta	Reconocer el impacto emocional generado por el animatic.
13	¿Con qué personaje te identificaste más y por qué?	Pregunta abierta	Identificar qué personajes generan mayor conexión emocional y por qué.
14	¿Hubo alguna parte de la historia o del mundo presentado que te resultó confusa o difícil de entender?	Pregunta abierta	Detectar problemas de comprensión narrativa, técnica o conceptual.
15	¿Qué mejorarías o agregarías a Ghaiad para que te interese más verlo?	Pregunta abierta	Recoger sugerencias de mejora para futuras versiones del proyecto.

D. Instrucciones de aplicación y registro de respuestas

Antes de responder la encuesta, los participantes debieron visualizar el animatic completo de Ghaiad. El encuestador indicó que la encuesta era anónima, de uso académico y que no existían respuestas correctas o incorrectas. Se solicitó a los participantes responder con sinceridad según su experiencia personal, evitando explicar previamente el mensaje del proyecto para no condicionar sus respuestas.

Las respuestas fueron registradas mediante un formulario digital y posteriormente organizadas en una hoja de cálculo de Excel. Las preguntas cerradas fueron procesadas mediante frecuencias y porcentajes, permitiendo generar gráficos circulares y de barras para interpretar los resultados de manera visual. Las preguntas con escala del 1 al 5 permitieron medir indicadores como atractivo visual, comprensión narrativa, identificación emocional e interés por visualizar el episodio completo.

Las preguntas abiertas fueron codificadas mediante categorías principales. Para ello, se agruparon respuestas similares en temas comunes como “mundo fantástico y diseño

de aldeas", "personajes principales", "curiosidad", "motivaciones del antagonista", "mejorar efectos de sonido" o "mostrar más del mundo con color". Este sistema permitió convertir comentarios cualitativos en categorías analizables, sin perder de vista las opiniones reales del público participante.

E. Hallazgos de la investigación

- **Perfil del público participante**

Los resultados de la primera sección confirman que la encuesta logró alcanzar principalmente al público objetivo del proyecto. El 75.2% de los encuestados se encuentra entre los 11 y 14 años, rango central para el cual fue diseñada la serie, mientras que el 54.3% proviene de Perú, lo que permite validar la propuesta dentro del contexto nacional. Además, el 60.9% consume series animadas todos los días o varias veces por semana, y los géneros más consumidos fueron fantasía y aventura con 31.7% y comedia con 23.5%. Esto demuestra que la validación fue realizada con una audiencia cercana al usuario real de Ghaiad, familiarizada con la animación y con afinidad hacia el tipo de narrativa fantástica que propone la serie. Asimismo, la frecuencia de consumo observada indica que los participantes poseen criterios de comparación con otras producciones animadas, lo que aporta mayor valor a sus opiniones.

Figura 17: *Gráfico de rango de edad de los participantes*

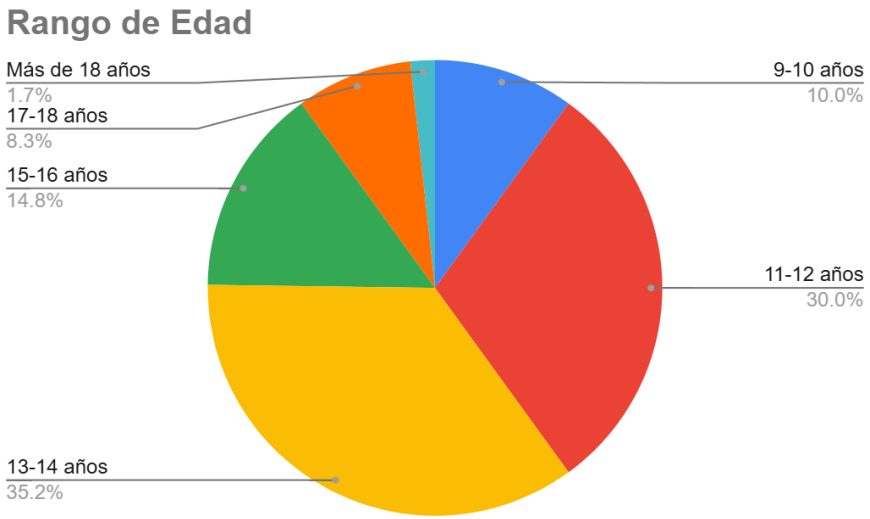
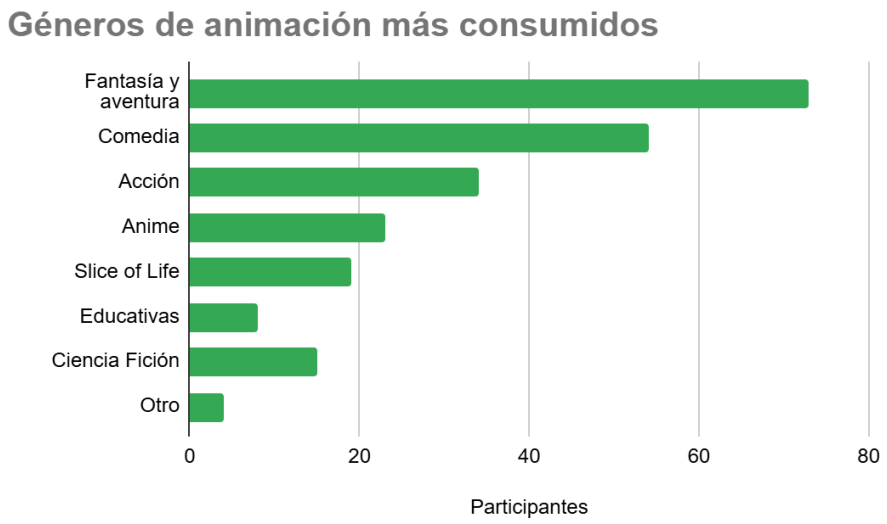


Figura 18: *Gráfico de géneros de animación más consumidos*



- **Percepción del animatic**

La segunda sección evidencia una recepción favorable del animatic. El 71.7% de los participantes considera importante o muy importante que las series juveniles aborden temas relacionados con emociones, identidad o autoestima, lo que confirma que la problemática elegida es pertinente para el público. Asimismo, el 74.8% calificó el tráiler como atractivo o muy atractivo visualmente, el 70.4% indicó sentirse identificado o muy identificado con los personajes o situaciones mostradas, y el 74.8% manifestó interés en ver el episodio completo. Los porcentajes obtenidos sugieren que la combinación entre temática, personajes y propuesta visual logra captar la atención de la audiencia desde una etapa temprana de desarrollo. Además, estos resultados validan el objetivo principal de Ghaiad de generar identificación emocional y despertar interés narrativo en jóvenes mediante una propuesta animada de fantasía.

Figura 19: *Gráfico de identificación con personajes y situaciones*



Figura 20: *Gráfico de interés en visualizar el episodio completo*



- **Comentarios abiertos y oportunidades de mejora**

La tercera sección permite reconocer tanto los elementos más fuertes del proyecto como los aspectos que deben ser ajustados en futuras versiones. El mundo fantástico y el diseño de las aldeas fueron los elementos más destacados por los participantes con 26.1%, seguidos por los personajes principales con 21.7%, lo que demuestra que la construcción visual del universo es uno de los principales atractivos de Ghaiad.

Además, la emoción más mencionada fue la curiosidad con 33.9%, seguida por emoción y entusiasmo con 20.9%, lo que indica que la historia logra despertar interés. Estos resultados sugieren que la propuesta posee una base sólida en términos de dirección artística y capacidad para generar expectativa sobre el desarrollo de la trama. También evidencian que los elementos visuales contribuyen significativamente a la experiencia del espectador y favorecen la inmersión en el mundo narrativo. Sin embargo, también se identificaron puntos por mejorar: el 25.2% señaló dificultades con algunas partes del audio o diálogos, el 18.3% mencionó dudas sobre las motivaciones del antagonista y el 17.4% recomendó explicar mejor sus objetivos. Esto significa que, aunque la propuesta funciona a nivel visual y emocional, aún necesita fortalecer la claridad narrativa, el diseño sonoro y la explicación del conflicto principal.

Figura 21: *Gráfico de aspectos más destacados del tráiler*

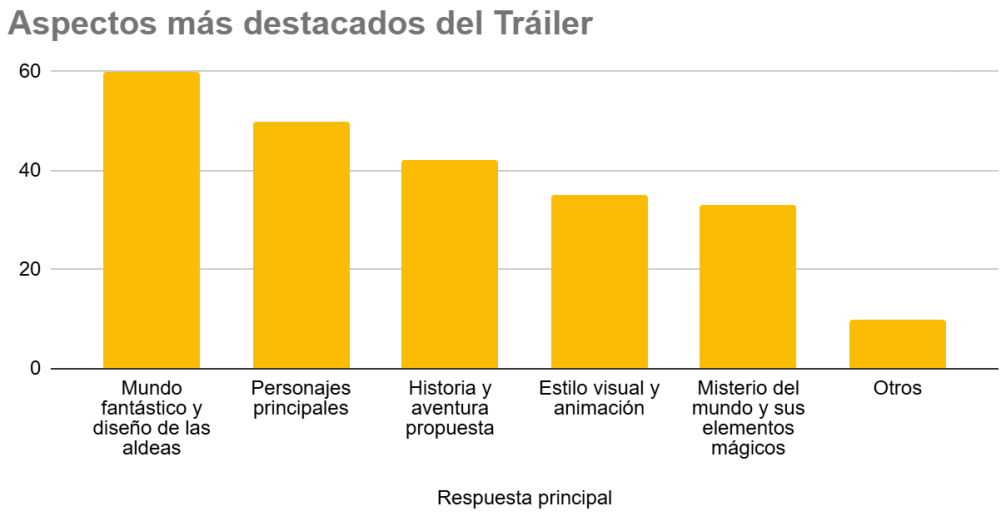


Figura 22: *Gráfico de aspectos a fortalecer en la propuesta*



F. Ajustes al Proyecto

A partir de los resultados obtenidos en la validación, se identificaron tres líneas principales de mejora para fortalecer el prototipo de Ghaiad en futuras etapas de desarrollo. Estos ajustes responden tanto a los comentarios abiertos de los participantes como a los aspectos técnicos y narrativos que presentaron mayores oportunidades de mejora durante la visualización del animatic.

- **Fortalecer la claridad narrativa del conflicto principal**

Uno de los aspectos señalados por los participantes es la necesidad de comprender mejor el rol del antagonista, sus motivaciones y la función de las gemas elementales dentro de la historia. Por ello, se propone incorporar escenas o recursos visuales breves que expliquen con mayor claridad el objetivo de la aventura, el peligro que representa Galatar y la importancia de las cuatro gemas en el desarrollo del conflicto. Este ajuste permite que el espectador comprenda más rápidamente la trama principal sin perder el sentido de misterio y fantasía.

- **Mejorar el diseño sonoro y la comprensión del audio**

Algunos participantes mencionan dificultades para entender ciertas partes del audio o los diálogos del animatic. Frente a ello, se plantea mejorar la mezcla sonora, equilibrar mejor los volúmenes de voces, música y efectos, además de incorporar sonidos ambientales que refuercen la atmósfera de cada escena. Este cambio contribuye a que la experiencia audiovisual sea más clara, inmersiva y emocionalmente efectiva para el público objetivo.

- **Potenciar el color y la ambientación visual de las aldeas**

Uno de los elementos más valorados por los participantes es el mundo fantástico y el diseño de las aldeas; sin embargo, también se señala el interés por ver estos espacios completamente coloreados. Debido a que el prototipo validado corresponde a un animatic en escala de grises, se propone desarrollar futuras versiones con color, iluminación y ambientación más definidas. Este ajuste permite comunicar mejor la identidad emocional de cada aldea, reforzando la relación entre color, simbolismo y los temas psicológicos de la serie.

Conclusión de la experimentación:

La experimentación permite comprobar que Ghaiad posee una base sólida como propuesta audiovisual dirigida a adolescentes. Los resultados evidencian que el animatic logra captar la atención del público, generar interés por el episodio completo y alcanzar un nivel de identificación emocional acorde con el objetivo general del proyecto. Asimismo, la validación demuestra que la fantasía, el diseño de personajes y la construcción del mundo funcionan como elementos atractivos para comunicar temas relacionados con la identidad, la pertenencia y el crecimiento personal.

Al mismo tiempo, el proceso de experimentación permite reconocer que el proyecto aún requiere ajustes para fortalecer su claridad narrativa, su diseño sonoro y su presentación visual final. Estas observaciones no debilitan la propuesta, sino que permiten orientar su desarrollo hacia una versión más completa y efectiva.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto general del proyecto Ghaiad asciende a S/ 441,932.02, equivalente aproximadamente a $124,839.55. Este monto se distribuye en siete categorías principales: materiales e insumos, herramientas y software, honorarios profesionales, transporte y logística, producción y montaje, promoción y difusión, y otros gastos complementarios. La organización del presupuesto permite visualizar de manera clara cómo se utilizarán los recursos durante las etapas de preproducción, producción y postproducción de la serie animada.

La categoría de materiales e insumos presenta un monto reducido, ya que Ghaiad es un proyecto principalmente digital. Este presupuesto cubre elementos básicos de trabajo, organización visual, materiales de referencia y recursos necesarios para la presentación del proyecto. La categoría de herramientas y software contempla los programas, plataformas y recursos digitales necesarios para el desarrollo de la serie. Al tratarse de una producción animada 2D, es necesario considerar el uso de software de animación, edición, diseño, almacenamiento y organización de archivos.

El mayor porcentaje del presupuesto corresponde a los honorarios profesionales, ya que la animación es un proceso que depende principalmente del trabajo humano. Para desarrollar Ghaiad se requiere la participación de distintos especialistas, entre ellos el director, guionista, diseñador de personajes, artista conceptual,

storyboardista, animadores, coloristas, editores y responsables de sonido y música. Cada uno cumple una función específica dentro de la producción y dedica una cantidad considerable de tiempo al proyecto. Por esta razón, los honorarios representan la inversión más importante del presupuesto, ya que permiten garantizar la calidad artística y técnica de la serie.

Finalmente, la categoría de otros gastos se reserva para cubrir imprevistos o necesidades adicionales que puedan surgir durante la producción, permitiendo mantener el desarrollo del proyecto sin afectar las actividades principales.

En conjunto, el presupuesto responde a las necesidades reales de una producción animada 2D. Aunque Ghaiad se encuentra en una etapa temprana de producción, el proyecto requiere una estructura profesional que cubra desde la planificación narrativa y visual hasta la producción del animatic, el diseño sonoro, la edición y la difusión. Frente a otros proyectos animados similares, este monto puede considerarse razonable, ya que no solo contempla la realización de una pieza audiovisual, sino también el desarrollo de una propiedad intelectual con potencial de expansión transmedia.

Tabla 4: *Tabla general de presupuesto del episodio piloto de Ghaiad*

Categoría	Monto en Soles (PEN)	Monto en Dólares (USD)
Materiales e insumos	S/ 2,550.00	$720.34
Herramientas / Software	S/ 8,120.00	$2,293.79
Profesionales	S/ 400,372.02	$113,099.44
Transporte y logística	S/ 7,400.00	$2,090.40
Producción y montaje	S/ 10,360.00	$2,926.55
Promoción y difusión	S/ 5,560.00	$1,570.62
Otros	S/ 7,570.00	$2,138.42
Costo total	S/ 441,932.02	$124,839.55

Como referencia, diversos proyectos animados independientes han recurrido a campañas de financiamiento colectivo para cubrir costos similares. Un caso conocido es Lackadaisy, cuyo piloto animado obtuvo más de 300,000 dólares a través de Kickstarter para financiar su producción, demostrando que los costos de

desarrollo de animación 2D profesional pueden alcanzar cifras considerablemente superiores cuando se busca un alto nivel de calidad técnica y artística. En comparación, el presupuesto de Ghaiad, equivalente a aproximadamente 124,839 dólares, se sitúa dentro de un rango moderado para la realización de un piloto animado, especialmente considerando que incluye etapas de preproducción, producción, postproducción y difusión. Por todo esto, el presupuesto de Ghaiad puede considerarse razonable, ya que no solo contempla la realización de una pieza audiovisual, sino también el desarrollo de una propiedad intelectual con potencial de expansión transmedia.

Figura 23: *Referente de producción animada 2D independiente*



Nota: *Concepto de arte promocional de Lackadaisy*

Proyección financiera y viabilidad económica

La proyección financiera de Ghaiad se plantea de manera progresiva y referencial, considerando como punto de partida el presupuesto estimado de S/ 441,932.02 para el episodio piloto de 11 minutos. Para una eventual primera temporada de 12 episodios, se considera que ciertos costos iniciales de desarrollo, diseño de personajes, construcción del mundo, concept art y preparación técnica podrían reutilizarse en episodios posteriores, permitiendo reducir parcialmente el costo promedio por capítulo.

Tabla 5: *Proyección de costos de producción.*

Etapa de producción	Costo estimado	Supuesto utilizado	Punto de equilibrio
Episodio piloto	S/ 441,932.02	Incluye desarrollo inicial, dirección, diseño, animación, sonido, postproducción y difusión.	S/ 441,932.02
Episodios posteriores	S/ 330,000 aprox. por episodio	El costo disminuye por la reutilización de personajes, escenarios, assets, procesos técnicos y parte del desarrollo previo.	S/ 330,000 aprox. por episodio
Primera temporada de 12 episodios	S/ 4,071,932.02 aprox.	Considera el piloto completo y 11 episodios posteriores con un costo promedio reducido.	S/ 4.07 millones aprox.

La proyección muestra que el episodio piloto concentra una inversión inicial mayor debido al desarrollo de personajes, escenarios, dirección artística, narrativa y estructura técnica. Una vez establecidos estos recursos, los capítulos posteriores pueden reducir parcialmente sus costos mediante la reutilización de activos y procesos ya desarrollados.

Tabla 6: *Fuentes de financiamiento e ingresos proyectados*

Fuente	Función dentro del proyecto
DAFO y fondos culturales	Cubrir parte de los costos de producción, animación, dirección, arte y sonido.
Crowdfunding	Obtener apoyo del público mediante recompensas como artbook digital, stickers, créditos, acceso anticipado y making-of.
Coproducción y alianzas	Incorporar productoras, estudios o instituciones que aporten capital, recursos técnicos o servicios.
Licencias y distribución	Licenciar derechos de exhibición a plataformas, canales, distribuidores o servicios de streaming.
Monetización digital	Generar ingresos mediante YouTube, publicidad digital, membresías, contenido patrocinado y colaboraciones.

Expansión transmedia	Desarrollar cómics, videojuegos, productos derivados y otras extensiones del universo.

El punto de equilibrio del piloto corresponde a S/ 441,932.02, monto en el que el conjunto de financiamiento e ingresos acumulados igualaría la inversión realizada. Sin embargo, esto no implica que todo el presupuesto deba recuperarse únicamente mediante ventas o monetización digital, ya que una parte puede ser cubierta previamente mediante fondos culturales, crowdfunding o coproducción.

Por ejemplo, si una parte significativa de la producción es financiada mediante DAFO u otros fondos, el monto restante que debe recuperarse comercialmente disminuye. La estrategia financiera de Ghaiad se basa, por lo tanto, en diversificar sus fuentes de sostenibilidad y evitar depender exclusivamente de YouTube.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- **1. Un proceso creativo guiado por la identidad y el sentido de pertenencia.**

Durante el desarrollo de Ghaiad se comprendió que una propuesta animada no solo debe construirse desde su valor visual o narrativo, sino también desde la relación emocional que puede generar con su público. A lo largo del proceso, el proyecto evolucionó desde una idea de serie fantástica hacia una propuesta con mayor enfoque social, centrada en la identidad, el sentido de pertenencia y el crecimiento personal adolescente. La investigación permitió reconocer que la animación puede funcionar como un medio cercano para abordar temas sensibles, siempre que estos sean tratados mediante personajes, conflictos y metáforas visuales que resulten comprensibles para el público juvenil.

- **2. Una propuesta de valor validada por el público juvenil**

La validación permitió confirmar que la propuesta de valor de Ghaiad es pertinente para su público objetivo. Los participantes no sólo mostraron interés por el mundo fantástico y los personajes, sino que también reconocieron la importancia de que las series juveniles aborden temas relacionados con emociones, identidad y autoestima. Esto demuestra que el proyecto responde a una necesidad real de representación emocional en contenidos audiovisuales dirigidos a adolescentes.

- **3. Un modelo viable con potencial de expansión transmedia**

El modelo de negocio planteado para Ghaiad demuestra viabilidad al apoyarse en una distribución digital accesible, una estructura de producción organizada y la posibilidad de expansión hacia otros formatos narrativos. Al tratarse de una propiedad intelectual animada, el proyecto no se limita únicamente al piloto o a la serie principal, sino que puede extenderse hacia cómics, videojuegos, contenido para redes sociales, productos derivados y participación en festivales o fondos culturales. Sin embargo, para fortalecer su sostenibilidad, será necesario consolidar alianzas estratégicas, mejorar la difusión digital y desarrollar una comunidad alrededor del universo narrativo de la serie.

- **4. Evidencias de validación y aprendizajes del usuario**

El trabajo con usuarios permitió obtener información concreta sobre la recepción del prototipo. La encuesta aplicada a 230 participantes evidenció una respuesta favorable hacia el animatic, especialmente en aspectos como identificación emocional, interés por ver el episodio completo y atractivo del mundo fantástico. Estos resultados demuestran que Ghaiad posee una base sólida para continuar su desarrollo. Al mismo tiempo, la validación permitió identificar aspectos a mejorar, como la claridad narrativa del conflicto principal, la explicación del antagonista, el diseño sonoro y el uso del color en las aldeas. De esta manera, el proceso no solo confirmó los aciertos del proyecto, sino que también orientó los ajustes necesarios para fortalecer futuras versiones.

Recomendaciones

- **1. Fortalecer la claridad narrativa y técnica antes de escalar el proyecto**

Antes de avanzar hacia una versión más desarrollada del piloto, se recomienda reforzar algunos aspectos identificados durante la validación con usuarios. Entre ellos, resulta importante mejorar la claridad del conflicto principal, explicar con mayor precisión las motivaciones del antagonista y definir mejor la función de las gemas elementales dentro de la historia. Además, se sugiere optimizar el diseño sonoro, los diálogos y el uso del color en las aldeas, ya que estos elementos pueden fortalecer la comprensión del mundo de Ghaiad y aumentar la conexión emocional del espectador con la propuesta.

- **2. Desarrollar una estrategia de expansión digital y transmedia**

Se recomienda proyectar Ghaiad como una propiedad intelectual con potencial de crecimiento más allá del piloto animado. Para ello, sería conveniente fortalecer su presencia en plataformas digitales como YouTube, TikTok e Instagram mediante contenido complementario, avances del proceso creativo, ilustraciones, clips breves y material promocional. Por otro lado, el universo de Ghaiad podría expandirse progresivamente hacia cómics, videojuegos, productos derivados o nuevas historias ambientadas en sus aldeas elementales. Esta estrategia permitiría construir una comunidad alrededor del proyecto y aumentar su visibilidad.

V. Referencias Bibliográficas

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). Perú: Condiciones de vida y bienestar de la población.

Ministerio de Salud del Perú. (2024). Boletín epidemiológico de salud mental y conducta suicida en el Perú. MINSA.

Ministerio de Salud del Perú. (2025). Situación de la salud mental en la población joven peruana. Dirección de Salud Mental, MINSA.

Crawford, P., Liguori, A., Curran, T., Wilson, M., & Vallejos, E. P. (2022). Animated storytelling for mental health literacy among young people. Teesside University Research Portal.

Mittmann, G., Barnard, A., Krammer, I., Martins, D., & Dias, J. (2022). LINA: A social augmented reality game around mental health, supporting real-world connection and sense of belonging for early adolescents.

Pontificia Universidad Católica del Perú. (2021). Covidviendo: Audiovisuales PUCP, proyecto sobre salud mental en jóvenes en pandemia.

Johnson, K. (2023). Emotional storytelling and mental health representation in contemporary animated series. Journal of Media and Communication Studies

Nesi, J., Telzer, E., & Prinstein, M. (2022). Culture and digital media in adolescent development. Cambridge University Press.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). El 76,6% de los adolescentes de 14 a 17 años de edad se dedicaron solo a estudiar en el IV trimestre del año 2023. INEI.

Secretaría Nacional de la Juventud. (2023). El 32.3% de jóvenes de 15 a 29 años presentaron algún problema de salud mental. SENAJU.

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Encuestas

Encuesta:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScdb9s9SZZvsjhZJOowhuGj4LL23aRL7W_N3IjnhCXrHG8Log/viewform

Resultados de la encuesta:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1IWZy7XGaIw9pq5NmCDXlllkRlbSvXqeeNh1qyxzBe2U/edit?usp=sharing

Presupuesto:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1C0Nu3nS2DOGrAJeIIS_MrqwSXcp5hlXJ/edit?usp=sharing&ouid=104322085157163653722&rtpof=true&sd=true

Animatic de Ghaiad:

ANIMATIC GHAIAD.mp4