ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Desarrollo del proyecto transmedia educativo Coloreando el Espacio para fomentar habilidades cognitivas en niños de 5 a 8 años

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

PRESENTADA POR

Antonio Raphael Panduro Tolentino
DNI: 72444065, Perú

ASESOR

Hristo Joel Vasquez Janampa
DNI: 76461050, Perú
ORCID: 0009-0006-9728-8144

JURADO

Jesus Leonardo Vivanco Enriquez
Rafael Gonzalez Otoya Barrera
Diego Oswaldo Olmedo Castillo

Lima, septiembre 2026

Informe-0000020887-PANDURO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614589349

Fecha de entrega
15 ago 2026, 8:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
15 ago 2026, 8:31 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000020887-PANDURO.pdf

Tamaño del archivo
6.8 MB

65 páginas

10.170 palabras

56.068 caracteres

16% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

A mi madre, Lizbett, por ser mi mayor ejemplo de resiliencia, dedicación y amor incondicional. Gracias por brindarme tu cariño, paciencia y la confianza que me impulsa a seguir adelante en cada etapa de mi formación. Cada logro que he alcanzado lleva consigo una parte de todo lo que me has enseñado.

- Raphael Panduro Tolentino

Agradecimiento

Expreso mi más profundo agradecimiento a mi madre, Lizbett, por su respaldo incondicional, la paciencia y la motivación que me brindó durante esta etapa académica. Asimismo, agradezco a mi familia por su apoyo y acompañamiento en todas las etapas de este proceso.

Finalmente, agradezco al profesor del curso, por su disposición y disponibilidad para atender las consultas, así como por su orientación y retroalimentación brindada, las cuales fueron fundamentales para el desarrollo de este proyecto.

- Raphael Panduro Tolentino

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información General **11**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 11

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 11

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 13

II. Descripción de la Innovación **14**

2.1 Planteamiento del Problema 14

2.2 Población Beneficiaria 16

2.3 Objetivos del Proyecto 18

2.3.1 Objetivo General 18

2.3.2 Objetivos Específicos 18

2.4 Marco Referencial 19

2.5 Proceso Creativo y Experimentos 20

2.5.1 Información Sobre el Usuario 20

2.5.2 Información Sobre el Mercado 23

2.5.2.1 Oportunidad de Mercado 23

2.5.2.2 Competencia 24

2.5.2.3 Barreras de Entrada 24

2.5.2.4 Alcance Esperado 25

2.5.2.5 Mercado Objetivo 25

2.5.2.6 Demanda Potencial 26

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 26

2.5.4 Diseño de Producto 29

2.5.4.1 Descripción del Producto 29

2.5.4.2 Características Digitales 30

2.5.4.3 Mecánica del Producto 31

2.5.4.4 Diferenciación del Producto 32

2.5.4.5 Triple Balance 32

2.5.5 Modelo de Negocio 33

2.5.6 Resultados Esperados 35

2.5.7 Prototipos Desarrollados 36

2.5.7.1 Prototipo de Baja Definición 36

2.5.7.2 Prototipo de Alta Definición 38

2.5.8 Experimentos 43

2.5.8.1 Experimento Realizado 43

2.5.8.2 Validación de Hipotesis 44

2.5.8.3 Resultados Obtenidos 44

III. Estimación de Costos **45**

3.1 Presupuesto 45

3.2 Ingresos 52

3.3 Utilidad 53

IV. Conclusiones y Recomendaciones **54**

4.1 Conclusiones 54

4.2 Recomendaciones 56

V. Referencias **58**

VI. Anexos **60**

6.1 Anexo 1: Encuesta de Estudio de Mercado 60

6.1.1 Preguntas de la encuesta 60

6.1.2 Resultados de la encuesta 62

6.2 Anexo 2: Encuesta de Validación de Propuesta Transmedia 62

6.2.1 Preguntas de la encuesta 63

6.2.2 Resultados de la encuesta 65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto - Gastos Generales 46

Tabla 2: Presupuesto - Marketing 47

Tabla 3: Presupuesto - Serie Animada 49

Tabla 4: Presupuesto - Videojuego 51

Tabla 5: Presupuesto - Total 52

Tabla 6: Ingresos - Estimación 52

Tabla 7: Utilidad - Estimación 53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de Problemas 15

Figura 2: Mapa de Actores 17

Figura 3: Arquetipo de Usuario 21

Figura 4: Mapa de Empatía 22

Figura 5: Propuesta de Valor - Percepción del usuario 27

Figura 6: Propuesta de Valor - Diseño para el usuario 28

Figura 7: Business Model Canvas 34

Figura 8: Prototipo de Baja Definición - Viñeta de Storyboard A 36

Figura 9: Prototipo de Baja Definición - Viñeta de Storyboard B 37

Figura 10: Prototipo de Baja Definición - Minijuego de Memoria 37

Figura 11: Prototipo de Baja Definición - Minijuego de Siluetas 38

Figura 12: Prototipo de Alta Definición - Captura de Tráiler A 39

Figura 13: Prototipo de Alta Definición - Captura de Tráiler B 39

Figura 14: Prototipo de Alta Definición - Captura de Tráiler C 40

Figura 15: Prototipo de Alta Definición - Minijuego de Memoria 41

Figura 16: Prototipo de Alta Definición - Minijuego de Siluetas 41

Figura 17: Prototipo de Alta Definición - Pantalla de Logros 42

Figura 18: Prototipo de Alta Definición - Pantalla de Álbum 42

I. Información General

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Desarrollo del proyecto transmedia educativo **Coloreando el Espacio** para fomentar habilidades cognitivas en niños de 5 a 8 años.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Desarrollo del proyecto transmedia educativo **Coloreando el Espacio** para fomentar habilidades cognitivas en niños de 5 a 8 años" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar Social y la actividad económica de Salud Humana y Asistencia Social y busca resolver la exposición de los niños a contenido audiovisual de baja calidad y con bajo fomento del desarrollo de su inteligencia cognitiva y la escasez de alternativas digitales que integren el entretenimiento y el aprendizaje, teniendo como población beneficiaria a los niños de entre 5 y 8 años de edad residentes en zonas urbanas de Lima Metropolitana.

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 un universo transmedia compuesto por una serie animada y un conjunto de minijuegos, tratándose de un producto digital educativo y de entretenimiento orientado para niños, integrando experiencias lúdicas a través de personajes y escenarios coloridos y que fomenta el aprendizaje de valores, fortalecimiento de las habilidades cognitivas y enriquecimiento de los conocimientos de forma dinámica y divertida, consiguiendo alcanzar a 25000 niños y lograr una mejora del 15% en el desempeño de la memoria y del 10% en habilidades relacionadas con el desarrollo del lenguaje. En adición, la solución contribuye al ámbito social mediante la promoción de un contenido educativo de calidad, genera valor económico al ofrecer una propuesta extensible a una gran variedad de plataformas digitales y reduce el impacto ambiental al tratarse de un producto completamente distribuido digitalmente.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja y alta definición del universo transmedia, incluyendo bocetos, personajes, escenarios y mostrando tanto la narrativa de la serie mediante un tráiler y la jugabilidad y mecánicas de los minijuegos a través de un vertical slice, para realizar encuestas digitales de validación de la propuesta con potenciales usuarios, recolectando información sobre el nivel de aceptación, facilidad de uso, atractivo visual, interés generado por la experiencia y la disposición de los participantes a recomendar o adquirir el producto.

Se concluye que la solución propuesta genera interés y aceptación entre los usuarios potenciales, validando la iniciativa de integrar contenido educativo y entretenido dentro de un universo transmedia. Se recomienda continuar con el desarrollo de prototipos, la expansión del contenido narrativo de la serie y la refinación mecánicas de juego, con el objetivo de realizar validaciones con muestras más amplias de

usuarios y, posteriormente, evaluar la distribución y comercialización de la serie a través de canales de televisión y la publicación del juego en plataformas de aplicaciones móviles.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Hoy en día, los niños de entre 5 y 8 años de edad residentes en zonas urbanas de Lima Metropolitana están expuestos constantemente a una gran cantidad de contenido audiovisual por medio de programas de televisión y aplicaciones móviles. No obstante, una parte considerable de este contenido no está diseñado con un enfoque educativo y, por lo contrario, prioriza el entretenimiento inmediato, el enganche prolongado y la obtención de recompensas rápidas, lo que limita su aporte al desarrollo cognitivo y emocional de los infantes.

Múltiples estudios evidencian que esta exposición puede generar efectos negativos en el comportamiento infantil. Según Arboccó y O'Brien (2012), existe una alta presencia de contenido violento y sobreestimulación visual y sonora en la programación dirigida a niños, lo que contribuye a la aparición de conductas agresivas e impulsivas. Asimismo, los niños que consumen este tipo de contenido tienden a imitar comportamientos violentos, generando patrones repetitivos que afectan su desarrollo social y emocional. En esa misma línea, investigaciones resaltan que el consumo de contenido inadecuado también se asocia con bajo rendimiento escolar, menor desarrollo creativo y dificultades en el descanso (De La Ese, 2018).

No obstante, el contenido audiovisual también puede representar una oportunidad cuando es diseñado con fines educativos y utilizado de manera adecuada. Un estudio elaborado por Jara et al. (2024) rescata los beneficios que posee el consumo de

programas de televisión con contenido de calidad y educativos bajo la supervisión del cuidador del infante, como la mejora del vocabulario y habilidades pragmáticas para el lenguaje.

En este contexto, es importante elaborar propuestas que impulsen el acceso a contenido audiovisual educativo de calidad, cuyo objetivo no sea únicamente captar la atención de los niños, sino que también contribuya de manera positiva a su crecimiento intelectual y social.

II. Descripción de la Innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, muchos niños entre 5 y 8 años residentes en zonas urbanas de Lima Metropolitana consumen contenido audiovisual como parte de su entretenimiento diario. Sin embargo, no todo el contenido consumido beneficia el desarrollo de sus habilidades cognitivas y, por lo contrario, se enfoca en estimulación inmediata y retención de los infantes, usualmente mediante estimulación visual y auditiva al reproducir escenas violentas. Los efectos negativos de este contenido parten desde el bajo desempeño escolar y dificultades de atención, hasta el aumento de la agresividad e impulsividad en los niños.

A pesar de la existencia de material audiovisual que ayude al desarrollo de estas habilidades, este no prevalece como el contenido consumido por los niños y, de hecho, una investigación realizada por Dore et al. (2025) identifica que solo el 11,9% del material audiovisual disponible para los niños está catalogado como contenido educativo. Además, este contenido muchas veces no encuentra un balance entre el

aprendizaje y la diversión, por lo que no consigue captar el interés de los pequeños (Nand et al., 2019).

Otro problema encontrado es la exposición a las pantallas durante un tiempo excesivo. Estudios recientes indican que un uso prolongado puede afectar el fortalecimiento del lenguaje, la atención y las habilidades sociales. De acuerdo con Jara et al. (2024), los niños expuestos a más de dos horas diarias de pantalla presentan hasta un 33% de riesgo de retraso en el lenguaje, el cual aumenta considerablemente con exposiciones más prolongadas. Además, se han identificado posibles impactos en el desarrollo cerebral, en la calidad del sueño y aparición de trastornos neurológicos (Garavito et al., 2022).

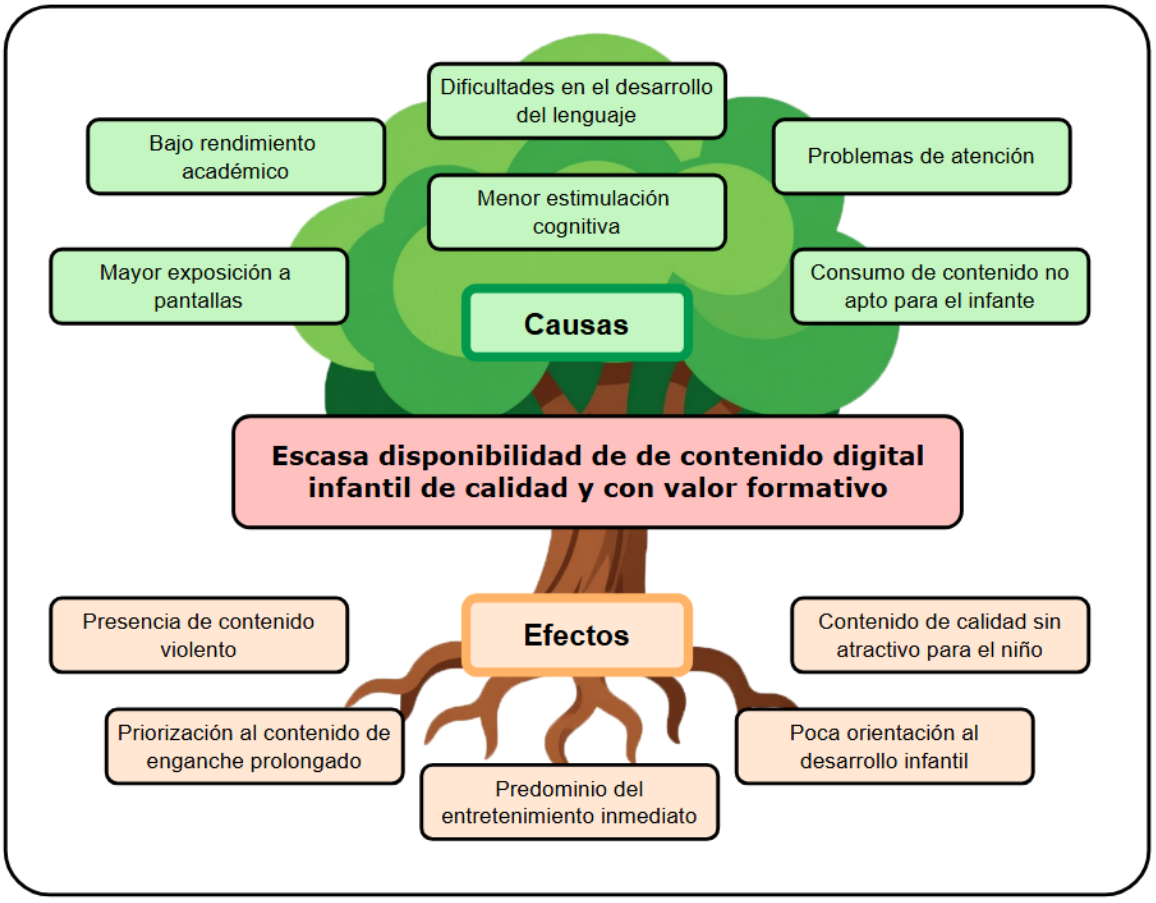

Figura 1: Árbol de Problemas

A partir de lo expuesto, la problemática descrita está relacionada directamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), específicamente con la ODS 3: Salud y Bienestar y la ODS 4: Educación de Calidad. Por un lado, la exposición a contenido audiovisual inadecuado y el excesivo uso de pantallas suponen un riesgo para el bienestar mental de los niños, afectando su desarrollo cognitivo, emocional y social. Por otro lado, la limitada disponibilidad de contenido educativo atractivo y de calidad dificulta el acceso a herramientas que favorezcan un aprendizaje significativo a una temprana edad.

Ante esta situación, resulta fundamental el desarrollo de nuevas propuestas digitales que no sólo reduzcan los impactos negativos asociados al consumo de contenido, sino que también exploren nuevas formas de integrar el entretenimiento y aprendizaje en experiencias enriquecedoras para el infante.

2.2 Población Beneficiaria

La principal población beneficiaria consiste de niños de entre 5 y 8 años residentes en zonas de Lima Metropolitana, quienes se encuentran en una etapa de afianzamiento de habilidades y cuyo aprendizaje debe ser reforzado mediante experiencias memorables. Asimismo, al encontrarse ellos expuestos a una gran cantidad de contenido digital, se precisa que éste sea de su atractivo y estimule el desarrollo de sus habilidades cognitivas.

La población beneficiaria secundaria está conformada por los padres, cuidadores y entorno cercano de los pequeños, quienes escogen y supervisan el contenido digital que el niño consumirá. Ellos requieren disponibilidad de contenido con valor

educativo que genere confianza, sea seguro, enriquecedor y de fácil acceso, pudiendo ser encontrado rápidamente en plataformas que ofrezcan contenido digital.

La población beneficiaria terciaria está compuesta por educadores, docentes de educación inicial y primaria, instituciones educativas y, en general, profesionales asociados a la formación infantil. Su participación resulta relevante al emplear el contenido digital educativo como material complementario en el aula y, a su vez, validándolo como un recurso apto y seguro, generando confianza en el entorno del niño.

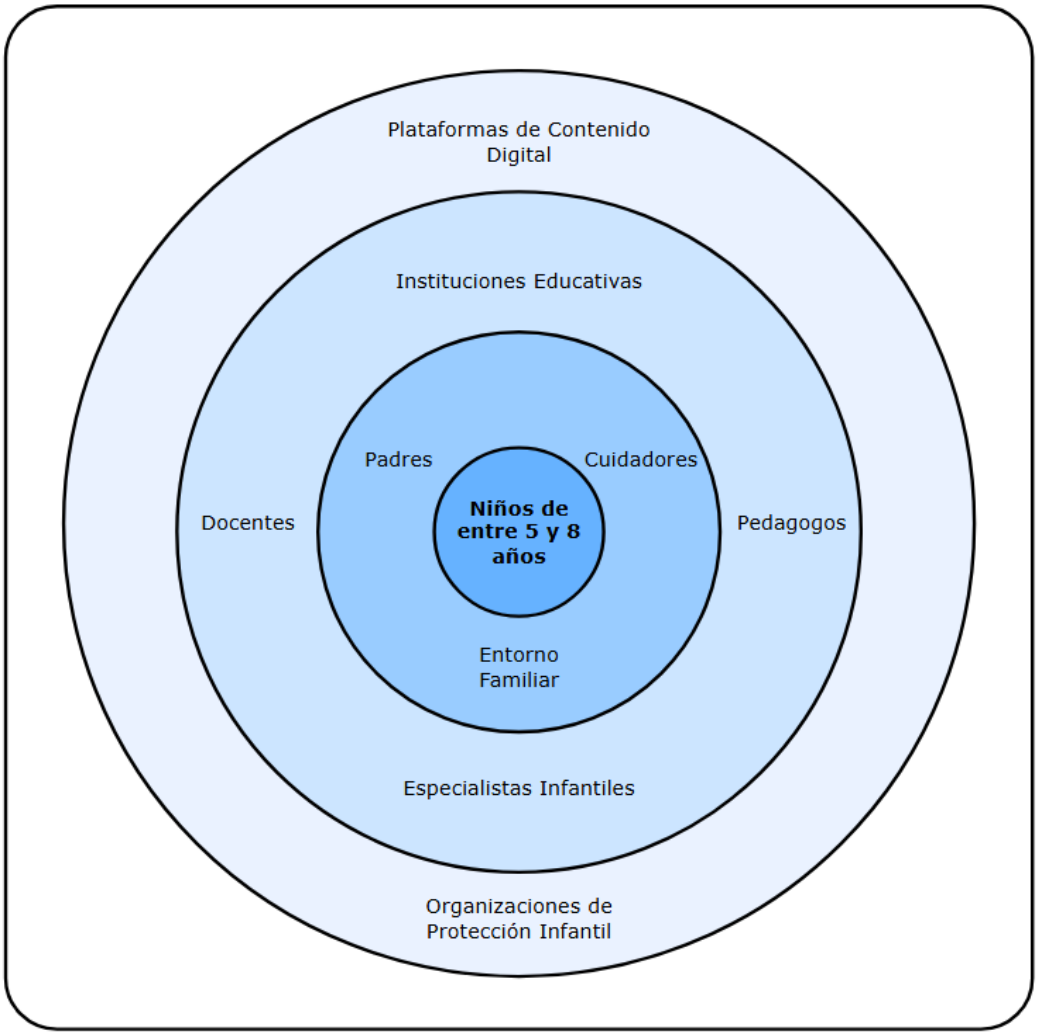

Figura 2: Mapa de Actores

2.3 Objetivos del Proyecto

2.3.1 Objetivo General

- Desarrollar el proyecto transmedia **Coloreando el Espacio** para contribuir al desarrollo de habilidades cognitivas en niños de 5 a 8 años, alcanzando una mejora del 15% en su desempeño de memoria y una mejora del 10% en habilidades relacionadas con el desarrollo del lenguaje durante los primeros 12 meses de implementación.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un proyecto transmedia educativo para contribuir al desarrollo de las habilidades cognitivas en niños de 5 a 8 años residentes en zonas urbanas de Lima Metropolitana.
- Lograr durante los primeros 12 meses de implementación de la propuesta, que 25000 niños consuman la propuesta, alcanzando una mejora del 15% en su desempeño de memoria y una mejora del 10% en habilidades relacionadas con el desarrollo del lenguaje.
- Asegurar la viabilidad de la propuesta al usar tecnologías existentes y confiables como Autodesk Maya, Clip Studio Paint y Unity para el desarrollo, así como, YouTube Kids y canales de televisión disponibles en Lima Metropolitana para el marketing y emisión.
- Responder directamente al problema que enfrentan los niños al estar expuestos a una gran cantidad de contenido violento y con sobreestimulación, reduciendo la aparición de conductas agresivas e impulsivas y contribuyendo al desarrollo de la memoria, el lenguaje y la capacidad de atención.

- Diseñar e implementar la propuesta transmedia en un periodo de 18 meses y realizar un periodo de evaluación de 12 meses para medir el impacto.

2.4 Marco Referencial

En los últimos años, el contenido digital no solo se ha consolidado como la principal forma de entretenimiento para los niños, sino también como un factor que ha transformado la manera en la que ellos procesan y asimilan la información, con un impacto directo en el desarrollo de sus habilidades. Una investigación que evalúa la relación entre el consumo de televisión y el desarrollo cognitivo en alumnos de un colegio en Bogotá identificó que las series animadas funcionan como estímulos sensoriales y se convierten en una fuente de información de gran relevancia que puede ayudar a desarrollar su memoria, lenguaje y asimilación de la información (Sepúlveda et al., 2024).

Por ello, muchas de las series educativas dirigidas a los niños han optado por integrar elementos que beneficien el desarrollo cognitivo de los infantes. Según un análisis de la serie infantil *Pocoyó* realizado por Garcia (2018), esta utiliza un fondo blanco para evitar la sobrecarga visual, un lenguaje amigable y sencillo y, se enfoca en desarrollar actividades cotidianas en sus episodios, generando una cercanía al representar situaciones que ocurren en la vida diaria de las personas. De esta manera, se fortalece la asimilación de la información al proponer un entorno acogedor tanto a nivel visual como verbal.

Por otro lado, recientemente los videojuegos se han establecido como uno de los principales medios de consumo digital para los pequeños, incluso por encima de las series infantiles. Entre los beneficios identificados para su desarrollo se encuentran el

favorecimiento del aprendizaje, la memoria, la toma de decisiones y el fortalecimiento de habilidades analíticas y de resolución de problemas (Olivas, 2022). Además, los videojuegos representan uno de los primeros acercamientos de los niños hacia la informática, una habilidad que será relevante en su vida futura.

Asimismo, un estudio sobre la influencia audiovisual en la educación realizado por Medrano (2006) identifica cuatro oportunidades en las cuales se puede aprovechar el alcance del contenido audiovisual de calidad para los niños: como un instrumento en áreas de aprendizaje verbal, matemático y social, como un favorecedor a la interdisciplinariedad y curiosidad, como una estrategia para transmitir información estructurada hacia sus compañeros y como un medio para compartir información desarrollada por el mismo niño, con un sentido crítico y participativo. Estos hallazgos consolidan a los medios audiovisuales digitales como una herramienta muy poderosa a la hora de potenciar y guiar el desarrollo cognitivo infantil.

De este modo, el proyecto de innovación se sustenta en los hallazgos que demuestran el impacto positivo de las series infantiles y los videojuegos en el desarrollo cognitivo infantil. A partir de ello, se busca aprovechar las características de ambos tipos de contenido audiovisual para potenciar habilidades como la memoria, el lenguaje y el procesamiento de la información, consolidando el entorno audiovisual como un medio de mayor importancia para el desarrollo de los pequeños.

2.5 Proceso Creativo y Experimentos

2.5.1 Información Sobre el Usuario

Este proyecto tiene como usuario objetivo a niños entre 5 y 8 años, residentes en zonas de Lima Metropolitana los cuales se encuentran en la primera etapa de

formación académica y de desarrollo de hábitos de consumo digital. Este grupo se caracteriza por interactuar con frecuencia con plataformas de contenido audiovisual y dispositivos electrónicos, influyendo en su forma de entretenerse y aprender.

El siguiente arquetipo de usuario ha sido desarrollado mediante la técnica de *Personas* con el objetivo de modelar fielmente al público objetivo del proyecto. En este caso, se define a Valeria Flores, una niña de 6 años en etapa de educación primaria, que refleja los hábitos de consumo digital más comunes entre el grupo objetivo. Este arquetipo permite identificar necesidades, motivaciones y dificultades relacionadas con la exposición a contenidos digitales en los niños.



Figura 3: Arquetipo de Usuario

A continuación, se presenta el mapa de empatía de Valeria, el cual permite profundizar lo que ella piensa, siente, ve, escucha y hace en su entorno. Esta herramienta ayuda a identificar las motivaciones, frustraciones e insights, entendidos como descubrimientos clave sobre el comportamiento y las necesidades de Valeria.

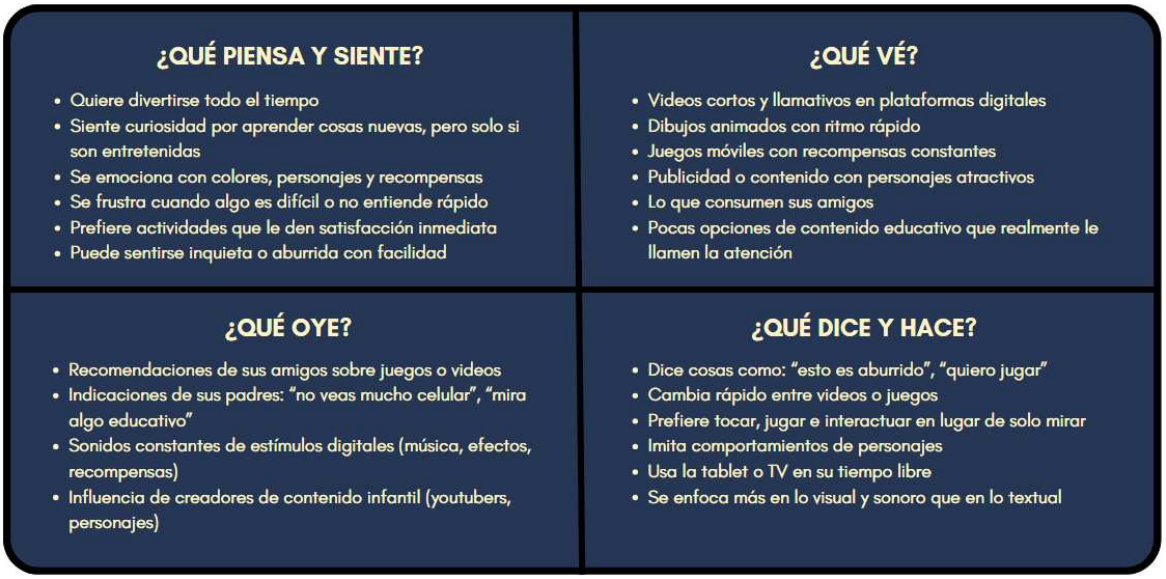

Figura 4: Mapa de Empatía

A partir de la elaboración del mapa de empatía, se encontró que Valeria busca experiencias que combinen entretenimiento y participación activa. De igual forma, se observó que su atención y consumo de contenido están influenciados por su entorno cercano, como amigos y familiares. También se evidenció que, aunque suele responder a gratificaciones inmediatas, puede mantener el interés en actividades que promuevan el descubrimiento y la sensación de progreso.

En base al arquetipo de usuario y al mapa de empatía, se pudo identificar algunos insights clave que ayudan a comprender de manera más profunda el comportamiento y las necesidades de Valeria.

En primer lugar, se encontró que Valeria no rechaza aprender, sino que rechaza las experiencias que no se sienten como juego. El problema no es el contenido educativo en sí, sino cómo se presenta ante ella. Si algo no tiene interactividad o estímulo atractivo, Valeria lo toma como algo aburrido.

En segundo lugar, se identificó que, si bien Valeria está habituada a recompensas inmediatas y estímulos visuales y sonoros, estas no son su única fuente de motivación. También puede mantenerse interesada en el contenido digital cuando percibe progreso en los juegos o experimenta descubrimiento en las series que consume.

Finalmente, se evidenció que el consumo de Valeria está influenciado y no decidido completamente por ella. Ella consume lo que su entorno (amigos, padres y plataformas de contenido) le ponen al alcance.

2.5.2 Información Sobre el Mercado

Para poder analizar las características del mercado, se realizó una encuesta de diez preguntas cuyas preguntas y resultados se detallan en la sección de Anexos y la cual reveló datos importantes sobre las preferencias de los potenciales clientes.

2.5.2.1 Oportunidad de Mercado

Según los resultados obtenidos, se determina la existencia de una problemática relacionada con el contenido digital que los niños de 5 a 8 años consumen. La mayoría de los encuestados indicó que los niños a los que cuidan utilizan dispositivos electrónicos todos los días y señalaron como principal dificultad la falta de contenido educativo y la presencia de una gran cantidad de estímulos rápidos en el contenido que consumen.

Asimismo, la gran mayoría indica que el niño a cargo frecuentemente pierde interés en las actividades educativas tradicionales. Esto muestra una necesidad de alternativas de consumo digital que combinen el aprendizaje y el entretenimiento de manera atractiva.

2.5.2.2 Competencia

Los encuestados mencionaron múltiples plataformas y aplicaciones, dentro de las cuales destacan YouTube Kids y Duolingo ABC, lo cual indica la existencia de soluciones orientadas al aprendizaje infantil. Sin embargo, muchas de las alternativas existentes no cuentan con una narrativa estructurada o experiencias interactivas que mantengan el interés del niño a un plazo mayor, y muchas de ellas no siempre enlazan la educación digital que ofrecen con un entretenimiento para el niño, por lo que la motivación del niño es baja.

En adición, algunos de los participantes indicaron no conocer ninguna aplicación, programa o plataforma educativa para niños, lo cual indica una cierta visibilidad limitada a este tipo de alternativas.

2.5.2.3 Barreras de Entrada

Dentro de las posibles barreras para que la propuesta sea aceptada, se identificó la necesidad de generar confianza con los padres y en general personas a cargo de los niños, respecto a la calidad educativa del contenido. Ciertos encuestados mencionaron que recomiendan la alternativa propuesta únicamente si cuenta con resultados comprobados y una adecuada validación.

Otras barreras que pueden existir se relacionan al acceso tecnológico o incluso a la preferencia de los niños por el contenido rápido y ya posicionado en las plataformas digitales actuales. Es por ello que se debe priorizar el dinamismo, interactividad y constante actualización del contenido de la propuesta, para evitar un contenido repetitivo.

2.5.2.4 Alcance Esperado

Según los resultados de la encuesta, se puede identificar un alcance favorable al demostrarse un interés y disposición para usar y recomendar una alternativa educativa interactiva. Esta propuesta podría tener aceptación entre padres, familiares, cuidadores y docentes que buscan alternativas digitales más saludables para los niños.

Además, al tratarse de una experiencia que combina entretenimiento y aprendizaje mediante una narrativa animada y minijuegos, existe el potencial para captar el interés de niños que incluyen el consumo frecuente de contenido digital dentro de su rutina diaria.

2.5.2.5 Mercado Objetivo

El mercado objetivo se compone principalmente por niños entre 5 y 8 años residentes en zonas urbanas de Lima Metropolitana que utilizan dispositivos digitales de manera frecuente para entretenimiento y consumo audiovisual. No obstante, es de suma importancia recalcar que, los clientes están conformados por aquellos padres, familiares, cuidadores y personas cercanas responsables de supervisar o elegir el contenido consumido por los niños.

Según los resultados obtenidos, el público relacionado con el cuidado de los niños pertenece mayormente al intervalo de edad entre 18 y 35 años, quienes a su vez mantienen contacto constante con plataformas digitales y revisando los recursos orientados al aprendizaje del niño.

2.5.2.6 Demanda Potencial

La encuesta evidencia una aceptación positiva hacia la propuesta planteada. Los encuestados han señalado que una alternativa que combine una serie animada y minijuegos educativos puede resultar atractiva, interactiva y beneficiosa para el aprendizaje infantil.

Adicionalmente, la mayoría indicó que recomendaría este tipo de experiencia a otros padres o cuidadores, principalmente destacando aspectos como un aprendizaje basado en el juego, un entretenimiento más saludable y una adaptación a los hábitos digitales de los niños en la actualidad. Esto supone una demanda potencial favorable para el desarrollo de esta propuesta innovadora.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

La solución propuesta está clasificada como una transmedia educativa infantil y se describe como una combinación de una serie animada y minijuegos digitales que ayudan a desarrollar habilidades cognitivas mediante experiencias entretenidas.

El aspecto diferencial de la propuesta se encuentra en la unión de aprendizaje y entretenimiento sin depender de estímulos rápidos o recompensas inmediatas constantes, lo que evita la sobrecarga de atención característica de la mayoría de productos digitales actuales, promoviendo el descubrimiento progresivo, la exploración y el desarrollo de conocimientos y habilidades a través de la interacción con la narrativa y los desafíos del juego, y se enfoca en un público infantil de entre 5 y 8 años que consume contenido audiovisual y digital con frecuencia.

En resumen, la propuesta se conceptualiza como una plataforma transmedia infantil que combina narrativa animada y un videojuego para desarrollar habilidades cognitivas de forma entretenida, fomentando el aprendizaje mediante la exploración, la curiosidad y la participación activa, diferenciándose por integrar el aprendizaje sin depender de estímulos rápidos o recompensas inmediatas.

El diseño de la propuesta de valor tuvo como eje principal la percepción del niño como usuario central de la experiencia. La siguiente imagen engloba los *jobs*, *gains* y *pains* identificados en el niño, con el objetivo de representar las actividades que busca realizar, los beneficios que espera obtener y las frustraciones que quiere resolver.



Figura 5: Propuesta de Valor - Percepción del usuario

La imagen muestra los hallazgos sobre la percepción del niño, destacando su interés por aprender y entretenerse mediante experiencias dinámicas e interactivas, así como una necesidad de evitar el aburrimiento y la exposición constante a contenido digital rápido y sobreestimulante.

A partir de la percepción identificada, se ha diseñado el siguiente cuadro que engloba la propuesta de valor diseñada, incluyendo la propuesta central, los *gain creators* y los *pain relievers*, con el objetivo de sintetizar cómo la solución genera valor para el infante y aborda sus necesidades.



Figura 6: Propuesta de Valor - Diseño para el usuario

La imagen muestra a la propuesta clasificada como transmedia educativa infantil, la combinación de serie animada y un videojuego, así como sus *gain creators* enfocados en el aprendizaje mediante la exploración y sus *pain relievers* orientados a reducir el aburrimiento y la sobreestimulación digital.

2.5.4 Diseño de Producto

2.5.4.1 Descripción del Producto

La propuesta consiste en la transmedia educativa infantil **Coloreando el Espacio**, dirigida a niños entre 5 y 8 años, la cual combina una serie animada y minijuegos interactivos orientados al desarrollo de habilidades como la memoria, atención y resolución de problemas. Se busca ofrecer una alternativa de entretenimiento más educativa y participativa frente al contenido digital actual caracterizado por estímulos rápidos, poca interacción y escaso enfoque formativo.

La serie animada será promocionada inicialmente mediante la plataforma YouTube Kids, TikTok Ads y Meta Ads, a través de tráilers y contenido publicitario dirigido al público infantil. Su emisión se realizará mediante un canal de televisión disponible en Lima Metropolitana y a través del licenciamiento exclusivo de emisión de la primera temporada del universo transmedia por un período de tres años, con el objetivo de conservar la propiedad intelectual para futuros contratos y expansiones del universo transmedia. Por otro lado, los minijuegos funcionarán como una aplicación gratuita para dispositivos iOS y Android, teniendo como objetivo complementar la experiencia narrativa y generar interés hacia la serie animada.

2.5.4.2 Características Digitales

La propuesta está conformada principalmente por dos elementos digitales que funcionan de manera conectada para crear una experiencia transmedia infantil.

En primer lugar una serie animada educativa Aventura Espacial, dirigida a niños entre 5 y 8 años, la cual presenta personajes caricaturescos, narrativa interactiva y mensajes educativos mediante un estilo visual amigable y entretenido. Esta serie contará con las siguientes características:

- Nombre: Aventura Espacial
- Género: Infantil, educativo
- Idioma: Español
- Estructura: 8 capítulos de 20 minutos
- Técnica Artística: 3D con elementos 2D
- Temática: Espacial, aventura en el espacio

En segundo lugar, el videojuego educativo Rescate Espacial, dirigida a niños entre 5 y 8 años, compuesta por minijuegos interactivos relacionados con la narrativa y personajes de la serie. Estos minijuegos estarían orientados al desarrollo de habilidades cognitivas como memoria, atención, lógica y resolución de problemas. La interfaz de la aplicación sería colorida, intuitiva y fácil de utilizar para facilitar la interacción autónoma de los niños. La aplicación de minijuegos cuenta con las siguientes características:

- Nombre: Rescate Espacial
- Género: Infantil, educativo, colección de minijuegos
- Idiomas: Español

- Modalidad: Un jugador
- Cantidad de Minijuegos hacia el lanzamiento: 5
- Técnica Artística: 2D
- Temática: Espacial, aventura en el espacio
- Plataformas de Distribución: Google Play Store (Android) y App Store (iOS)

2.5.4.3 Mecánica del Producto

La propuesta se desarrollaría mediante una conexión entre la serie animada y los minijuegos interactivos. El niño podría interactuar con la propuesta desde cualquiera de sus formatos digitales. En primer lugar, el pequeño podrá visualizar episodios de la serie animada por medio del canal de televisión con el cual se realizó el contrato de licenciamiento, donde conocería personajes, escenarios y elementos del universo narrativo de la propuesta.

Posteriormente, el padre del niño podrá descargar gratuitamente el videojuego disponible para dispositivos iOS y Android, en la cual encontraría minijuegos ambientados en el mismo mundo de la serie, pero contando una nueva narrativa y personajes. De esta manera, el contenido de la serie incentivaría el uso de los minijuegos, mientras que los juegos reforzarán el interés del niño por continuar viendo la serie y seguir explorando el mundo.

Además, la aplicación permitiría registrar el progreso del niño y desbloquear nuevas cinemáticas, mini-historias y logros, promoviendo la exploración, participación y continuidad de la experiencia educativa.

2.5.4.4 Diferenciación del Producto

La propuesta se diferencia de otras soluciones educativas infantiles debido a que utiliza un enfoque transmedia para conectar entretenimiento y aprendizaje mediante dos formatos digitales. A diferencia de muchas plataformas educativas que presentan productos desconectados entre sí, **Coloreando el Espacio** construye un universo compartido entre la serie animada y los minijuegos, ampliando la experiencia del niño más allá de un único medio.

Además, la propuesta evita depender de violencia y estímulos visuales y sonoros rápidos centrados únicamente en la retención prolongada del niño y, en su lugar, prioriza la exploración, interacción y participación activa mediante experiencias educativas y entretenidas.

Cabe resaltar que tanto la serie como el videojuego pueden consumirse de manera independiente, pero al mismo tiempo complementarse entre sí mediante el mundo, personajes, escenarios y elementos narrativos compartidos.

2.5.4.5 Triple Balance

En cuanto al impacto social, la propuesta busca promover hábitos de consumo digital más saludables en niños entre 5 y 8 años mediante experiencias educativas apropiadas para su etapa de desarrollo. En adición, propone una alternativa frente al contenido digital caracterizado por violencia, sobreestimulación y bajo contenido educativo.

Respecto al impacto económico, la propuesta presenta potencial dentro del mercado de entretenimiento y educación infantil digital debido al crecimiento del consumo de

plataformas audiovisuales y aplicaciones móviles por parte de los infantes. Además, una distribución digital ampliará el alcance y accesibilidad de la propuesta.

Finalmente, en relación con el impacto ambiental, al tratarse de una propuesta desarrollada principalmente en formatos digitales, se reduce enormemente el uso de materiales físicos y procesos de producción tradicionales, contribuyendo a disminuir el impacto ambiental en comparación con productos físicos como lo pueden ser los plásticos para los juguetes o el papel para los cuentos.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio propuesto está basado en el desarrollo de un universo transmedia dirigido a niños de entre 5 y 8 años, consistiendo de una serie animada y un conjunto de minijuegos educativos. La propuesta busca ofrecer un entretenimiento seguro y que combina diversión y aprendizaje a través de un mundo fantástico y lleno de personajes coloridos, promoviendo la creatividad, curiosidad y desarrollo cognitivo de los pequeños.

El desarrollo de este universo transmedia requiere un equipo multidisciplinario de artistas, diseñadores y programadores para elaborar la serie y los minijuegos. Asimismo, la propuesta requiere la presencia de especialistas en educación temprana y socios de validación educativa con el objetivo de asegurar la calidad y presencia de contenido educativo.

La estrategia de marketing incluye la promoción de la serie a través de tráilers y contenido publicitario mediante la plataforma YouTube Kids, aprovechando el alcance de esta plataforma entre los niños. La emisión de la serie se realizará por medio de un canal de televisión disponible en Lima Metropolitana y a través de un acuerdo de

licenciamiento exclusivo de emisión de la primera temporada durante un periodo de tres años, con el objetivo de conservar la propiedad intelectual de universo narrativo para futuras temporadas y contratos. Por otra parte, el videojuego se encontrará disponible de forma gratuita en las plataformas de aplicaciones Google Play Store y App Store, y tienen como objetivo ser una herramienta de captación de público hacia la serie.

El sustento económico del proyecto se basa principalmente en los ingresos generados mediante la licencia exclusiva de emisión sobre la primera temporada de la serie, y complementada por la monetización generada en YouTube Kids por el contenido promocional y los tráilers publicados. Este modelo permite recuperar la inversión realizada en los costos de producción y mantener la propiedad intelectual sobre el universo transmedia, contribuyendo al crecimiento de la franquicia a largo plazo.



Figura 7: Business Model Canvas

2.5.6 Resultados Esperados

Al entrar en contacto con la propuesta, se espera que los niños accedan a una experiencia transmedia que combina una serie animada y minijuegos interactivos en un espacio educacional, seguro y entretenido. Esta experiencia busca fomentar la creatividad, curiosidad, imaginación y aprendizaje, ofreciendo una alternativa de entretenimiento digital libre de estímulos rápidos y contenido violento. Además, la propuesta contribuirá al desarrollo de las habilidades cognitivas, alcanzando una mejora del 15% en su desempeño de memoria y una mejora del 10 % en habilidades relacionadas con el desarrollo del lenguaje, brindando a los padres una opción confiable para el consumo digital de sus hijos.

La aceptación del mercado se evidenciará mediante indicadores medibles durante un periodo de evaluación de 12 meses, estableciendo como metas alcanzar 25000 descargas del videojuego y un promedio de 12500 espectadores por episodio de la serie. Estos indicadores permitirán evaluar el interés del público y la sostenibilidad comercial de la propuesta.

2.5.7 Prototipos Desarrollados

2.5.7.1 Prototipo de Baja Definición

Como prototipo inicial de la serie, se desarrolló el storyboard del tráiler de la serie, una representación visual preliminar que hace posible la planificación y organización de las principales escenas que conforman su narrativa. Este prototipo de baja definición tuvo la finalidad de definir la secuencia de sucesos, la composición de las tomas y el establecimiento de una aproximación al estilo visual de los personajes y elementos que conforman el mundo de la historia.

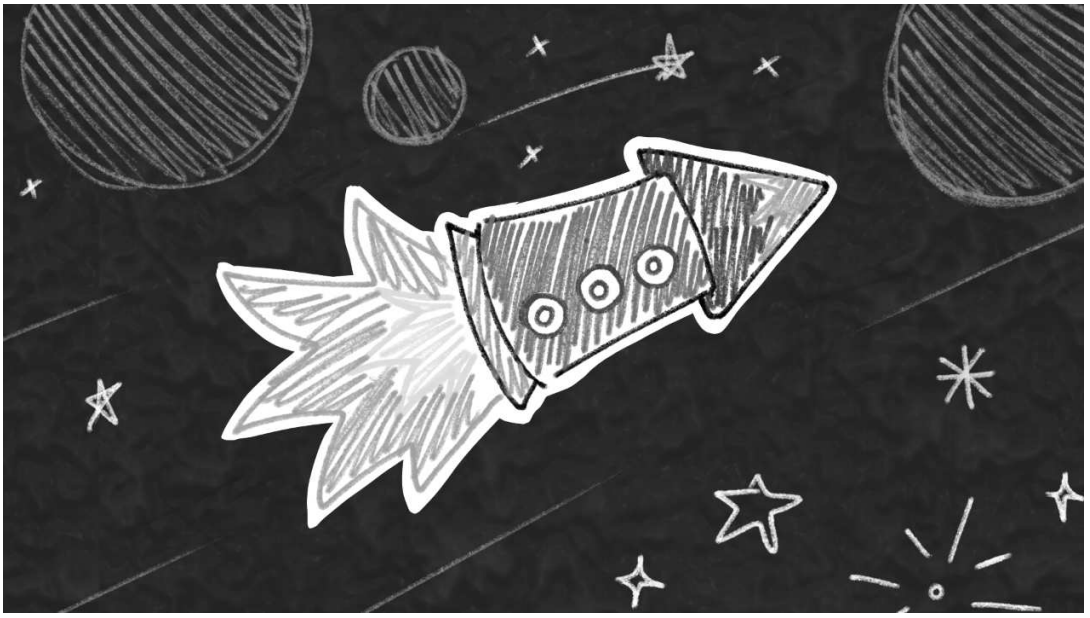

Figura 8: Prototipo de Baja Definición - Viñeta de Storyboard A

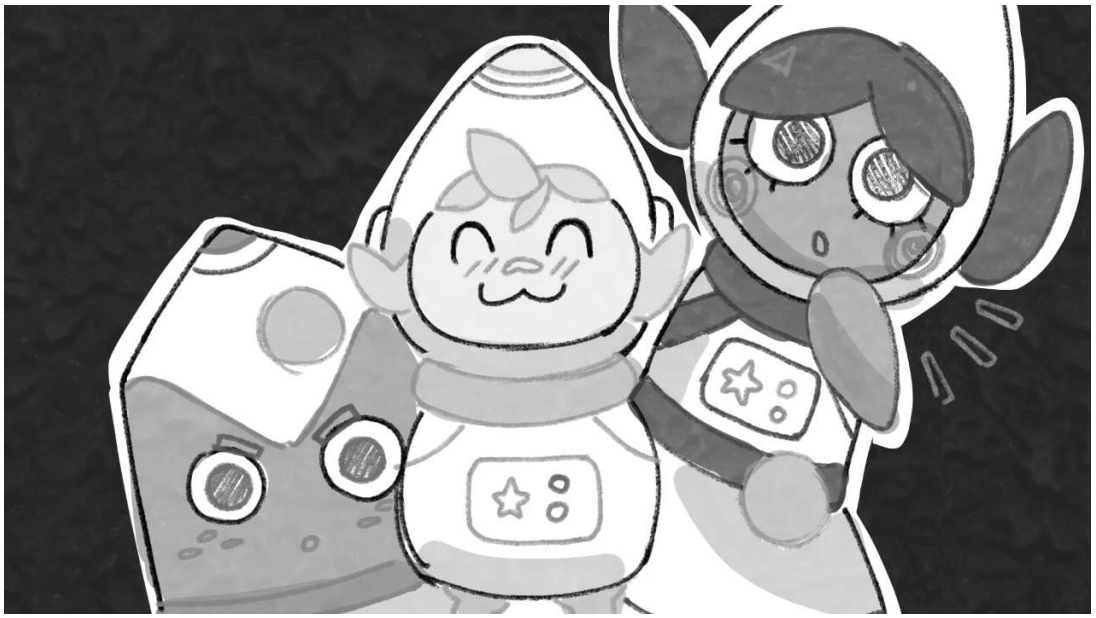

Figura 9: Prototipo de Baja Definición - Viñeta de Storyboard B

Por otro lado, el prototipo de baja definición para el videojuego está conformado por una serie de mockups de las principales pantallas e interfaces de usuario. Su propósito fue evaluar de manera preliminar la distribución de los elementos visuales y el flujo de navegación entre las distintas pantallas, permitiendo identificar mejoras en la experiencia de usuario previas al desarrollo del videojuego.

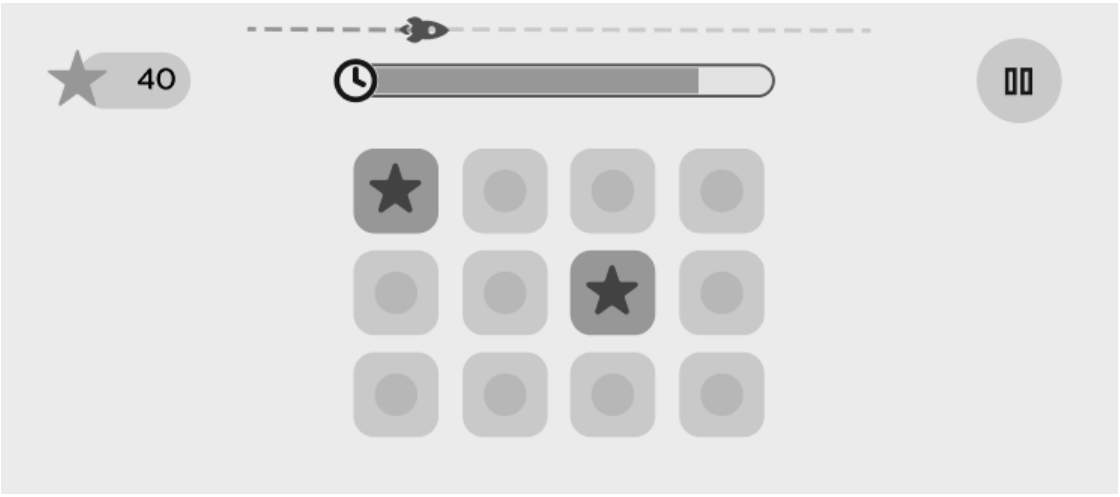

Figura 10: Prototipo de Baja Definición - Minijuego de Memoria

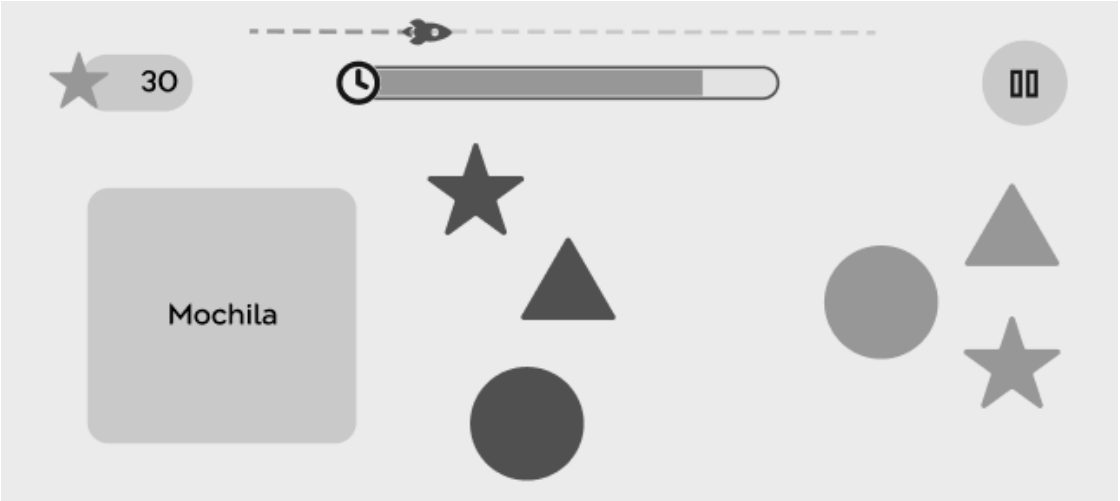

Figura 11: Prototipo de Baja Definición - Minijuego de Siluetas

2.5.7.2 Prototipo de Alta Definición

El prototipo de alta definición de la serie consiste en el tráiler final, el cual contiene escenas terminadas con un nivel de detalle muy cercano al producto definitivo y que muestra el estilo visual, la ambientación y los personajes principales de la historia . A diferencia del storyboard usado en el prototipo inicial, esta versión incorpora modelados y escenarios 3D, elementos sonoros y visuales de postproducción. Todo ello permite comprender de forma más clara cómo será la calidad visual y el estilo narrativo que tendrá la serie.



Figura 12: Prototipo de Alta Definición - Captura de Tráiler A



Figura 13: Prototipo de Alta Definición - Captura de Tráiler B



Figura 14: Prototipo de Alta Definición - Captura de Tráiler C

El prototipo de alta definición del videojuego consiste en un vertical slice del videojuego con dos minijuegos disponibles: el minijuego de memoria y el minijuego de siluetas. Además, se cuenta con un apartado en donde el niño puede adquirir logros dependiendo de los puntajes obtenidos y un álbum, en el cual el pequeño desbloquea minihistorias según su progreso en los minijuegos Este prototipo posee interactividad, incorpora arte final, animaciones, programación, música e interfaces completas. Este prototipo permite evaluar aspectos como la calidad visual, la jugabilidad y el nivel de entretenimiento que ofrecerán los minijuegos.



Figura 15: Prototipo de Alta Definición - Minijuego de Memoria

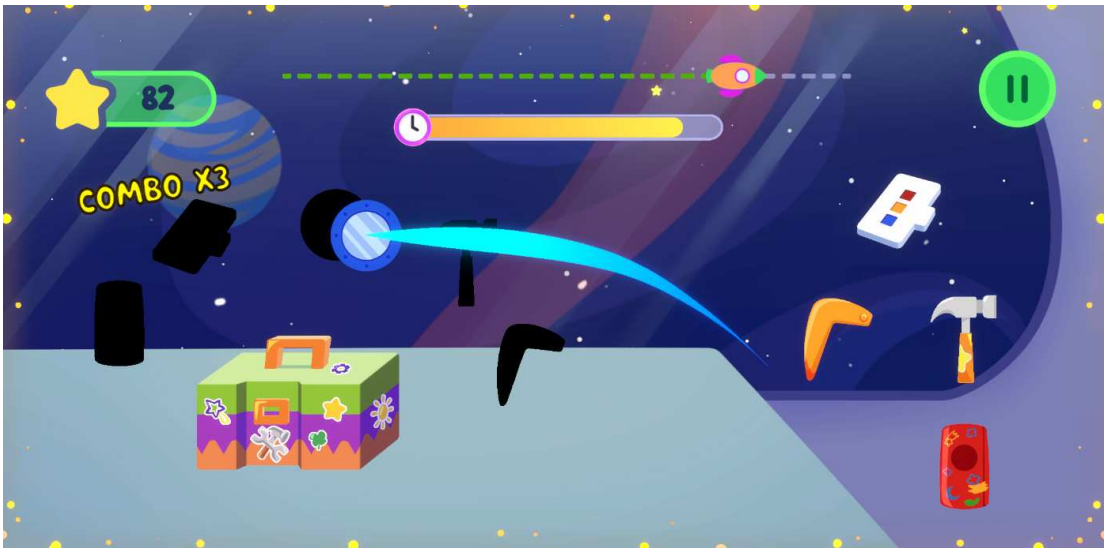

Figura 16: Prototipo de Alta Definición - Minijuego de Siluetas

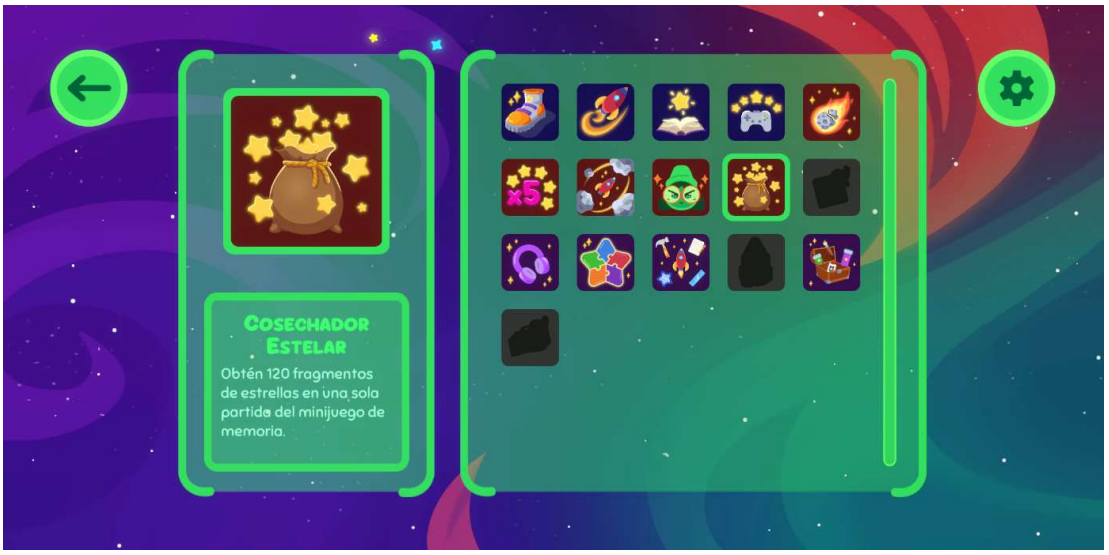

Figura 17: Prototipo de Alta Definición - Pantalla de Logros



Figura 18: Prototipo de Alta Definición - Pantalla de Álbum

2.5.8 Experimentos

2.5.8.1 Experimento Realizado

Con el propósito de validar la propuesta transmedia, se aplicó una segunda encuesta dirigida a padres de familia y cuidadores de niños pertenecientes al público objetivo, cuyas preguntas y resultados se exponen en la sección de Anexos. Esta validación se enfocó en conocer la opinión de los participantes frente a los prototipos desarrollados tanto para la serie animada como para el videojuego.

Inicialmente se presentó la problemática relacionada con la escasez de contenido infantil que integre entretenimiento y aprendizaje, además de la presencia de estímulos rápidos y escenas violentas. Posteriormente, se mostraron los prototipos desarrollados para la serie animada y el videojuego. En el caso de la serie, se presentaron capturas correspondiente al tráiler desarrollado, mientras que para el videojuego, se usaron capturas del prototipo funcional (vertical slice), permitiendo a los participantes observar el estilo visual, los personajes, la interfaz y en general la experiencia planteada. Habiéndose mostrado los prototipos, los participantes respondieron preguntas orientadas a evaluar la comprensión y claridad de los prototipos, así como el atractivo visual de lo mostrado.

Como paso final, los encuestados evaluaron la percepción general de la propuesta, la intención de uso, la disposición de recomendación a otros padres o cuidadores y las mejoras y correcciones que podrían implementarse antes de un lanzamiento.

2.5.8.2 Validación de Hipotesis

La hipótesis del proyecto establece que una propuesta transmedia compuesta por una serie animada y un videojuego educativo, ambientados en un mismo universo narrativo y que integre adecuadamente el aprendizaje y entretenimiento, será percibida como una alternativa atractiva, segura y adecuada para niños y niñas de entre 5 y 8 años.

Para validar esta hipótesis, se evaluaron las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada tras la presentación de los prototipos, tomando en cuenta el nivel de aceptación, la comprensión de la propuesta, el atractivo visual, la intención de recomendación y la disposición de uso. A partir de los resultados obtenidos, se observó que la propuesta presenta una valoración mayoritariamente positiva de la serie animada y el videojuego, además de contar con una valoración incluso mayor para la propuesta transmedia como un todo.

Los resultados permiten confirmar la hipótesis planteada, demostrando que la solución presenta un gran potencial de aceptación dentro del mercado objetivo y representa una alternativa viable frente al contenido infantil tradicional.

2.5.8.3 Resultados Obtenidos

Los resultados de la encuesta reflejaron una percepción ampliamente favorable hacia la propuesta transmedia presentada. En el caso de la serie animada, aproximadamente el 65% de participantes manifestó una **muy buena aceptación**, mientras que el 35% restante indicó una **buena aceptación**. Con ello se comprueba que el diseño de personajes, la ambientación y el estilo visual lograron transmitir efectivamente la identidad deseada para el universo narrativo.

Por otra parte, el 55% de los encuestados calificó el prototipo con una **muy buena aceptación** y el 45% con una **buena aceptación**. Por ello, se demuestra que el estilo visual y la interfaz fue comprendida de forma clara.

Evaluando la propuesta transmedia como un conjunto, el 66% de los participantes expresó una **muy buena aceptación**, mientras que el 34% indicó una **buena aceptación**, sin registrarse valoraciones negativas. Estos resultados indican que la integración entre la serie animada y el videojuego constituyen el valor principal de la propuesta.

Finalmente, en relación a las recomendaciones registradas, una gran cantidad de participantes indica que no se requieren modificaciones importantes. Sin embargo, dentro de las sugerencias recibidas existen algunas principalmente orientadas a mejorar la experiencia visual. Para la serie animada se recomendó aumentar la expresividad de los personajes, específicamente las expresiones faciales, y aumentar detalles en los fondos de las escenas. Por otra parte, en el videojuego, se recomendó mejorar la interfaz del usuario, particularmente los botones y la claridad de los íconos usados. Estas observaciones suponen oportunidades de mejora que podrían incorporarse en futuras etapas de desarrollo para aumentar la calidad de la propuesta.

III. Estimación de Costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto abarca los gastos para un periodo de desarrollo total de 18 meses. Se realizó una división en cuatro grupos: Gastos Generales, Marketing, Serie Animada y Videojuego. A continuación se presenta el desglose de gastos en tablas.

Item	Unidad	Cantidad de Unidades	Costo Unitario	Costo Total
ASPECTOS JURÍDICOS Y FINANCIEROS				
Escritura pública de notaría	Paquete	1	S/.1000	S/.1000
Registro de guión literario	Pago Único	1	S/.150	S/.150
Comisión Bancaria	Mes	18	S/.60	S/.720
Asesoría legal	Paquete	1	S/.2400	S/.2400
Registro Safe Creative	Pago Único	1	S/.58	S/.58
ASPECTOS CONTABLES				
Asesoría legal	Paquete	1	S/.2400	S/.2400
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LICENCIAS				
Google Drive 200 GB	Mes	18	S/.11	S/.198
Notion Plus	Mes	18	S/.35	S/.630
Discord Nitro	Mes	18	S/.48	S/.864
Frame.io Pro	Mes	18	S/.52	S/.936
TOTAL GASTOS GENERALES				S/.9112

Tabla 1: Presupuesto - Gastos Generales

Item	Unidad	Cantidad de Unidades	Costo Unitario	Costo Total
MARKETING - PRE PRODUCCIÓN				
Project Manager	Mes	5	S/.4500	S/.24500
Social Media Manager	Mes	3	S/.3500	S/.10500
Investigación de Mercado y Benchmarking	Paquete	1	S/.1700	S/.1700
MARKETING - PRODUCCIÓN				
Diseñador Gráfico Mid	Mes	5	S/1500	S/.7500
Editor Audiovisual Mid	Mes	5	S/.1500	S/.7500
Generalista de 3D Junior	Mes	4	S/1200	S/.4800
Animador Digital 2D Junior	Mes	3	S/1200	S/.3600
Producción Tráiler Promocional Videojuego	Paquete	1	S/6700	S/6700
Material Promocional Videojuego (Redes y Tiendas)	Paquete	1	S/6250	S/6250
MARKETING - POST PRODUCCIÓN				
Meta Ads	Día	90	S/.60	S/.5400
TikTok Ads	Día	90	S/.50	S/.4500
Campaña Publicitaria en YouTube	Día	90	S/.40	S/.3600
PÁGINA WEB				
Diseño UI/UX Web	Paquete	1	S/.2500	S/.2500
Desarrollo Front End	Paquete	1	S/.3000	S/.3000
Dominio y Hosting	Año	1	S/.600	S/.600
TOTAL MARKETING				S/.92650

Tabla 2: Presupuesto - Marketing

Item	Unidad	Cantidad de Unidades	Costo Unitario	Costo Total
PRE PRODUCCIÓN				
Productores				
Productor General	Mes	18	S/.4500	S/.81000
Productor de Línea	Mes	10	S/.3250	S/.32500
Guión, Dirección y Jefes de Área				
Director General del Proyecto	Mes	18	S/.3500	S/.63000
Guionista	Pago Único	1	S/.2200	S/.2200
Script Doctor	Hora	12	S/.200	S/.2400
Director de Arte	Mes	18	S/.3000	S/.54000
Director de Animación	Mes	18	S/.3500	S/.63000
Dirección de Sonido	Paquete	1	S/.3200	S/.3200
Diseño de Personajes, Escenarios y Props				
Concept Artist Generalista A	Paquete	1	S/.1800	S/.1800
Concept Artist Generalista B	Paquete	1	S/.1800	S/.1800
Modelado 3D y Rigging				
Modelador 3D Escenarios A	Semana	6	S/.600	S/.3600
Modelador 3D Escenarios B	Semana	6	S/.600	S/.3600
Modelador 3D Personajes	Semana	6	S/.650	S/.3900
Rigger	Semana	6	S/.1200	S/.7200
Storyboard y Animatic				
Lead Storyboard	Semana	10	S/.1200	S/.12000
Storyboarder Junior A	Semana	10	S/.350	S/.3500
Storyboarder Junior B	Semana	10	S/.350	S/.3500
Grabación de Voz				
Voice Actor	Paquete	1	S/.3000	S/.3000
Estudio de Grabación	Hora	8	S/.150	S/.1200

PRODUCCIÓN				
Animación 3D				
Animador 3D Junior A	Semana	10	S/.600	S/.6000
Animador 3D Junior B	Semana	10	S/.600	S/.6000
Animador 3D Junior C	Semana	10	S/.600	S/.6000
Iluminación				
Iluminador 3D A	Semana	6	S/.500	S/.3000
Iluminador 3D B	Semana	6	S/.500	S/.3000
VFX				
Animador VFX A	Semana	6	S/.450	S/.2700
Animador VFX B	Semana	6	S/.450	S/.2700
Render				
RebusFarm	Pago Único	1	S/.20736	S/.20736
Sonido				
Compositor Musical	Paquete	1	S/.3400	S/.3400
Estudio de Música	Hora	4	S/.100	S/.200
Músicos de Sesión	Paquete	1	S/.800	S/.800
Diseño de Sonido y Mezcla	Paquete	1	S/.3000	S/.3000
POST PRODUCCIÓN				
Edición				
Post Productor	Mes	1	S/.2300	S/.2300
Editor (Tráiler y Episodios)	Mes	1	S/.2000	S/.2000
TOTAL SERIE ANIMADA				S/.408236

Tabla 3: Presupuesto - Serie Animada

Item	Unidad	Cantidad de Unidades	Costo Unitario	Costo Total
PRE PRODUCCIÓN				
Planeamiento General				
Project Manager	Mes	8	S/.4500	S/.36000
Investigación de mercado y benchmarking	Paquete	1	S/.1500	S/.1500
Dirección Creativa y Game Design				
Game Designer Principal	Mes	3	S/.3000	S/.9000
Guionista Narrativo Interactivo	Mes	3	S/.2500	S/.7500
Creación/Actualización de GDD y Documentación Transmedia	Mes	3	S/.1650	S/.4950
Diseño de Personajes, Escenarios y Props				
Concept Artist	Mes	3	S/.2250	S/.6750
Diseño de escenarios y ambientaciones	Mes	1	S/.2500	S/.2500
UX y Flujo de Interfaz				
Diseñador UI/UX	Mes	2	S/.3500	S/.7000
Mockups y guías visuales	Pago Único	1	S/.2250	S/.2250
Prototipado y Pruebas Iniciales				
Prototipo jugable	Pago Único	1	S/.1800	S/.1800
Testing con usuarios	Mes	2	S/.1500	S/.3000
PRODUCCIÓN				
Programación y Sistemas de Gameplay				
Programador Principal	Mes	8	S/.3000	S/.24000
Programador de Interfaz	Mes	2	S/.2500	S/.5000
Arte 2D				
Limpieza y preparación de assets	Paquete	1	S/.2000	S/.2000
Integración de arte en Unity	Mes	3	S/.1500	S/.4500

Animaciones 2D	Paquete	1	S/.3000	S/.3000
VFX y Partículas	Paquete	1	S/.1200	S/.1200
Audio y Diseño Sonoro				
Compositor	Mes	1	S/.3000	S/.3000
Efectos de Sonido	Paquete	1	S/.1500	S/.1500
Testing y Balance de Juego				
QA Tester Principal	Mes	4	S/.1130	S/.4520
Ajustes de balance	Paquete	1	S/.1200	S/.1200
Optimización y Build Técnica				
Optimización Móvil	Paquete	1	S/.1500	S/.1500
Build Android (APK)	Paquete	1	S/.800	S/.800
Build iOS	Paquete	1	S/.800	S/.800
POST PRODUCCIÓN				
QA y Corrección de Errores				
QA y Testeo Final	Día	30	S/.80	S/.2400
Control de calidad pedagógica	Mes	4	S/.1500	S/.6000
Publicación y Distribución				
Publicación en Google Play Store	Pago Único	1	S/.85	S/.85
Publicación en App Store (Cuenta de desarrollador)	Año	1	S/.340	S/.340
TOTAL VIDEOJUEGO				S/.144095

Tabla 4: Presupuesto - Videojuego

Concepto	Costo
Gastos Generales	S/.9112
Marketing	S/.92650
Serie Animada	S/.408236
Videojuego	S/.144095
TOTAL	S/.654097

Tabla 5: Presupuesto - Total

El costo total estimado de la propuesta transmedia es de S/.654097 , el cual considera los gastos generales del proyecto, contemplando principalmente aspectos legales y licencias de software, las estrategias de marketing y publicidad, la producción del tráiler y de la primera temporada completa de la serie animada, así como el desarrollo y lanzamiento del videojuego con cinco minijuegos.

3.2 Ingresos

Las fuentes de ingresos se basan tanto en el licenciamiento exclusivo de emisión de la primera temporada de la serie otorgada a un canal de televisión por un periodo de tres años, así como en la monetización por publicaciones dentro de la plataforma de YouTube Kids. Se ha establecido el precio de la licencia de emisión de forma que la rentabilidad sea de aproximadamente el 25%.

Concepto	Monto
Licenciamiento exclusivo de emisión de la primera temporada de la serie animada “Aventura Espacial” por un período de tres años	S/815000
Monetización en YouTube Kids por tráilers y videos promocionales en un periodo de tres años	S/5000
TOTAL	S/.820000

Tabla 6: Ingresos - Estimación

El ingreso estimado proveniente de los conceptos tomados en cuenta asciende a S/.820000. Se observa que la gran mayoría de los ingresos proviene por el licenciamiento exclusivo de emisión, mientras que es complementado en menor medida por el contenido publicado en YouTube Kids.

3.3 Utilidad

Habiéndose calculado el desglose completo de costos en el proyecto y realizándose una estimación de los ingresos a obtener, se puede calcular una estimación de la utilidad del proyecto durante esta primera fase. Se presenta una estimación de la utilidad mediante la siguiente tabla.

Concepto	Monto
Costo Total	S/.654097
Estimación de Ingresos	S/.820000
UTILIDAD	S/.165903

Tabla 7: Utilidad - Estimación

Realizando cálculos, podemos determinar que la utilidad proyectada en un periodo de tres años asciende a S/.165903, evidenciando que la propuesta transmedia es viable económicamente. Es importante resaltar que esta estimación de utilidades corresponde a una fase temprana de la propuesta, abarcando únicamente la primera temporada de la serie animada y un videojuego conformado por cinco minijuegos. En ese sentido, se estima que la utilidad aumenta conforme se expanda el universo transmedia mediante nuevas temporadas de la serie, las actualizaciones con nuevos minijuegos y se desarrollen nuevos productos físicos y digitales.

IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

Este proyecto de innovación permitió desarrollar una propuesta transmedia orientada a niños y niñas de 5 a 8 años, conformada por una serie animada y un videojuego educativo, ambos productos ambientados en el mismo universo narrativo. La propuesta fue diseñada con el objetivo de representar una alternativa de entretenimiento que combina la diversión y el aprendizaje de forma balanceada y respondiendo a la poca disponibilidad de contenido infantil que logre esta integración en una experiencia segura para el infante.

La investigación realizada reveló que, aunque existen ciertas alternativas dirigidas al público infantil, muchas de ellas no logran mantener el interés del niño o consisten de experiencias aisladas, con lo cual el pequeño no forma un vínculo con el programa o contenido audiovisual educativo. Frente a esta situación, el proyecto desarrollado propone una solución conformada por una experiencia transmedia, en la cual la serie animada y el videojuego se complementan entre sí para incentivar la exploración, la curiosidad y el aprendizaje, diferenciándose de otras propuestas por evitar usar estímulos rápidos y escenas violentas para atraer el interés de los niños.

El desarrollo del proyecto implicó la elaboración de prototipos de baja y alta definición, los cuales facilitaron en gran medida la representación de la propuesta y permitió evaluar principalmente aspectos relacionados a la identidad visual y experiencia de usuario antes de la implementación. Ello hizo posible identificar ciertas oportunidades de mejora y correcciones a realizar desde una etapa temprana en el proyecto.

Los resultados de la validación reflejaron una elevada aceptación de la propuesta y cuyos participantes valoraron positivamente el diseño visual, la claridad de la narrativa e interfaz de los prototipos y el enfoque educativo de la transmedia. Además, las recomendaciones recopiladas estuvieron orientadas principalmente a pequeños ajustes visuales, por lo que se concluye que en general el proyecto fue bien recibido.

Desde una perspectiva comercial, se diseñó un modelo de negocio sostenible centrado en la venta de la licencia de emisión de la primera temporada de la serie animada a un canal de televisión, complementado por una distribución gratuita del videojuego mediante tiendas de aplicaciones móviles y la promoción del universo narrativo a través de YouTube Kids mediante tráilers y contenido publicitario. Esta estrategia permite recuperar la inversión del proyecto, generando rentabilidad y sobre todo, conservando la propiedad intelectual del universo transmedia para futuras temporadas, expansiones y nuevos contratos de licenciamiento.

Por otro lado, la propuesta presenta un impacto alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la Organización de las Naciones Unidas, en concreto con el ODS 3: Salud y Bienestar y el ODS 4: Educación de Calidad, al promover hábitos de consumo digital más saludables para los niños y representar una herramienta que favorece el desarrollo cognitivo infantil a través de una experiencia educativa y entretenida. En adición, al tratarse de una solución de distribución completamente digital, también contribuye a reducir el consumo de materiales físicos asociado a la producción de otros medios de entretenimiento infantil tradicionales.

Finalmente, se concluye que la propuesta demuestra viabilidad para integrar narrativa, tecnología y educación en un mismo entorno. La unión entre una serie animada y un videojuego dentro del universo transmedia sienta las bases de un proyecto con un gran

margen de crecimiento y escalabilidad hacia nuevos tipos de contenido digital en múltiples plataformas, fortaleciendo el potencial educativo así como su sostenibilidad comercial.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda continuar el desarrollo de la propuesta mediante la producción completa de la primera temporada de la serie animada y la ampliación del videojuego hasta alcanzar la versión completa que incorpore los cinco minijuegos. Asimismo, es pertinente integrar las mejoras sugeridas durante la validación del proyecto transmedia para refinar los aspectos visuales y la experiencia de usuario antes del lanzamiento de los productos.

Se sugiere también realizar nuevas pruebas de validación con muestras de una mayor cantidad de participantes, incluyendo padres de familia, docentes, cuidadores y especialistas pedagógicos. Con ello, se obtendrá información más precisa sobre la aceptación, además de fortalecer la validación del proyecto.

Desde un punto de vista educativo, se recomienda generar alianzas con profesionales en educación infantil para las siguientes etapas de la propuesta. La colaboración de estas personas garantiza que tanto la serie animada como el videojuego se encuentren alineados con las necesidades educativas y de entretenimiento del público infantil.

En el ámbito comercial, se recomienda establecer convenios con estudios de animación, de desarrollo de videojuegos y nuevos canales de televisión o plataformas de streaming para facilitar la producción, distribución y difusión de los productos de la propuesta. Adicionalmente, es de suma importancia la aplicación de estrategias publicitarias y de promoción para poder generar visibilidad del universo transmedia

previo al lanzamiento oficial de los productos y garantizar el éxito de la propuesta.

Finalmente, se recomienda planificar la expansión del universo transmedia mediante nuevas temporadas de la serie animada, minijuegos adicionales y otros productos físicos o digitales que amplíen el universo narrativo. De esta manera, se mantiene el interés de los pequeños en el mundo, fortaleciendo el posicionamiento del proyecto y generando nuevas oportunidades de licenciamiento y contratos comerciales que aseguren la sostenibilidad a largo plazo.

V. Referencias

Arboccó, M. & O'Brien, J. (2012). Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes. Avances en Psicología: Revista de la Facultad de Psicología y Humanidades, 20(2), 43-57. https://doi.org/10.33539/avpsicol.2012v20n2.318

De La Ese, R. (2018). *Contenidos no educativos en programas infantiles transmitidos por canales de televisión nacional y su impacto en el desarrollo social de los niños de 8 a 9 años de la Unidad Educativa 28 de Mayo del cantón Urdaneta provincia de los Ríos* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5121

Garavito, P., Guerrero, P., Beltrán, R., González, D., & González, A. (2022). Efectos deletéreos en el desarrollo de los niños a causa de la exposición temprana a pantallas. *Médicas UIS, 35(3)*, 105–115. https://doi.org/10.18273/revmed.v35n3-2022011

Dore, R., Purtzell, K., Lin, T. & Justice, L. (2025). Exploring children's naturalistic educational media use: Prevalence, domains, and correlates. *Journal of Applied Developmental Psychology, 99*, 1–9. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2025.101814

Nand, K., Barghaei, N., Casey, J., Barmada, B., Mehdipour, F. & Liang, H. (2019). Engaging children with educational content via Gamification. *Smart Learning Environments, 6(6)*, 1–15. https://doi.org/10.1186/s40561-019-0085-2

Jara, M., Mayorga, K. & Reyes, N. (2024). Pantallas y Adquisición del Lenguaje: ¿Cuánto Tiempo es Demasiado? *Ciencia y Desarrollo Social, 3(6)*, 6796–6820. https://doi.org/10.59282/reincisol.V3(6)6796-6820

Sepúlveda, J., Anguita, R. & Ruiz, I. (2024). Los niños y la televisión: una propuesta pedagógica en la Educación Primaria para el desarrollo del pensamiento crítico. *ReiDoCrea: Revista electrónica de investigación Docencia Creativa, 13(23)*, 317–342. https://hdl.handle.net/10481/96132

García, J. (2025). *Análisis visual de la serie española Pocoyo* [Trabajo de grado para optar al título de Diseñador gráfico, Universidad Pontificia Bolivariana]. http://hdl.handle.net/20.500.11912/12727

Olivas, C. (2024). Videojuegos comerciales como herramienta de aprendizaje y comunicación: una revisión bibliográfica sobre sus beneficios para el desarrollo de competencias en los niños y niñas. *Communication Papers. Media Literacy and Gender Studies., 11(22),* 51–60. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v11i22.22766

Medrano, C. (2006) El poder educativo de la televisión: Un discurso paralelo a la escuela. *Revista de Psicodidáctica*, 11(1), 93-108. http://hdl.handle.net/10810/7216

VI. Anexos

6.1 Anexo 1: Encuesta de Estudio de Mercado

Las encuesta de estudio de mercado se puede acceder mediante el siguiente enlace:

Encuesta sobre entretenimiento y aprendizaje infantil

6.1.1 Preguntas de la encuesta

1.- ¿Cuál es su edad?

- Menos de 18 años
- De 18 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 45 años
- Más de 45 años

2.- ¿Tiene o ha tenido a su cargo a un niño o niña de entre 5 y 8 años? En caso de que sí, ¿Cuál es su relación con él o ella?

- Padre/Madre
- Hermano/Hermana
- Docente
- Cuidador
- No tengo relación
- Otro: _____

3.- ¿Con qué frecuencia el niño utiliza dispositivos digitales como televisión, tablet o celular?

- Todos los días de la semana
- Varias veces por semana
- Ocasionalmente
- Casi nunca

4.- ¿Qué dificultades encuentra en el contenido que consume actualmente el niño?

- Mucha violencia
- Estímulos muy rápidos
- Poco contenido educativo
- Falta de interacción

5.- ¿Con qué frecuencia el niño pierde interés en actividades educativas por el uso de dispositivos electrónicos?

- Casi siempre
- Frecuentemente
- A veces
- Pocas veces
- Nunca

6.- ¿Qué recursos utiliza actualmente para complementar el aprendizaje del niño?

- Videos educativos
- Juegos educativos
- Libros
- Aplicaciones móviles
- Otro: _____

7.- ¿Conoce algún programa, videojuego, aplicación educativa o plataforma dirigida a niños? ¿Cuál?

Respuesta redactada: _____

8.- ¿Le parecería interesante una alternativa que combine una serie animada y minijuegos educativos? ¿Por qué?

Respuesta redactada: _____

9.- ¿Qué considera que debería tener una alternativa educativa que combine entretenimiento y aprendizaje?

Respuesta redactada: _____

10.- ¿Recomendaría el uso de este tipo de experiencia educativa a otros padres o cuidadores? ¿Por qué?

Respuesta redactada: _____

6.1.2 Resultados de la encuesta

Se puede acceder a los resultados de la encuesta mediante el siguiente enlace:

Encuesta sobre entretenimiento y aprendizaje infantil - Resultados

6.2 Anexo 2: Encuesta de Validación de Propuesta Transmedia

Se puede ingresar a la encuesta de validación de propuesta transmedia mediante el siguiente enlace:

Encuesta de validación de la propuesta transmedia

6.2.1 Preguntas de la encuesta

1.- ¿Considera que actualmente existe suficiente contenido infantil que combine entretenimiento y aprendizaje de forma atractiva para los niños?

- Sí, existe suficiente contenido
- Existe algo de contenido, pero podría ser más
- Existe poco contenido de ese tipo
- No existe suficiente contenido de ese tipo
- No estoy seguro(a)

2.- ¿Qué tan importante considera que es ofrecer a los niños contenido digital libre de violencia y de estímulos rápidos o sobre estimulantes?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

Introducción y muestra del prototipo de la serie animada

3.- A partir de las imágenes presentadas, ¿Considera que se comprende la temática y el tipo de historia que propone la serie?

- Sí, completamente
- Sí, en gran medida
- Parcialmente
- Poco

- No se comprende

4.- ¿Qué tan atractivos le parecen los personajes, escenarios y estilo visual de la serie?

- Muy atractivos
- Atractivos
- Neutrales
- Poco atractivos
- Nada atractivos

Introducción y muestra del prototipo del videojuego

5.- A partir de las imágenes presentadas, ¿considera que la interfaz y la dinámica general del videojuego son fáciles de comprender?

- Sí, completamente
- Sí, en gran medida
- Parcialmente
- Poco
- No se comprenden

6.- ¿Qué tan atractivo le parece el diseño visual del videojuego?

- Muy atractivo
- Atractivo
- Neutral
- Poco atractivo
- Nada atractivo

7.- En términos generales, ¿Qué tan atractiva le parece la propuesta transmedia presentada?

- Muy atractiva
- Atractiva
- Neutral
- Poco atractiva
- Nada atractiva

8.- ¿Recomendaría esta propuesta a otros usuarios (niños y padres de familia)?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro(a)
- Probablemente no
- Definitivamente no

9.- Considerando que la serie animada se encontrará disponible en un canal de televisión gratuito y que el videojuego estaría disponible de forma gratuita en tiendas de aplicaciones, ¿Estaría dispuesto(a) a utilizar esta propuesta? ¿Por qué?

Respuesta redactada: _____

10.- ¿Qué mejoras o recomendaciones realizaría a la propuesta presentada?

Respuesta redactada: _____

6.2.2 Resultados de la encuesta

Encuesta de validación de la propuesta transmedia - Resultados