



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN
PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA
EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO (A)
EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

AUTOR(A):

GUERRERO BERMEO, DAYANA KAREN

TUTOR:

PORTUGAL GOROZABEL, JONATÁN ANDRÉS
MAGÍSTER EN DISEÑO Y GESTIÓN DE MARCAS

GUAYAQUIL - ECUADOR

2021 - 2022

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Dayana Karen Guerrero Bermeo**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, titulado: **“Diseño de animaciones publicitarias e informativas para la empresa Matriflexo S.A. de la ciudad de Guayaquil”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Dayana Karen Guerrero Bermeo

C.C.: 0931449805

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mg. Jonatán Andrés Portugal Gorozabel, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico Multimedia, cuyo tema es: **“Diseño de animaciones publicitarias e informativas para la empresa Matriflexo S.A. de la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por la Srta. **Dayana Karen Guerrero Bermeo**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Mg. Jonatán Andrés Portugal Gorozabel
Magíster en Diseño y Gestión de Marcas
Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios, a mis padres y a mi hermana quienes estuvieron presentes a lo largo de mi carrera brindándome su amor incondicional, su apoyo y su guía para culminar con mis estudios. También se lo dedico a mis profesores y a mi tutor de tesis quienes fueron los que me guiaron en cada una de las áreas de aprendizaje que hicieron posible el desarrollo del presente proyecto.

Dayana Karen Guerrero Bermeo

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por su guía y su amor incondicional. También agradezco a mis padres, a mi hermana, a mis profesores y a mi tutor de tesis. Gracias por hacer posible la realización de este proyecto, ya que sin la ayuda de Dios y de ustedes no lo hubiese logrado, muchas gracias y que Dios los bendiga siempre.

Dayana Karen Guerrero Bermeo

INDICE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN	6
1.1. MARCO HISTÓRICO	6
1.1.1. Historia del Diseño	6
1.1.2. Historia del Diseño Gráfico	6
1.1.3. Historia de la Animación.....	7
1.1.4. Historia de la Flexografía	8
1.1.5. Historia de la empresa Matriflexo S.A.	8
1.2. MARCO TEÓRICO	9
1.2.1. Diseño.....	9
1.2.2. Diseño Gráfico.....	9
1.2.3. Animación	10
1.2.4. Motion Graphics	11
1.2.5. Flexografía.....	11
1.3. MARCO CONCEPTUAL	12
1.3.1. Diseño gráfico.....	12
1.3.2. Animación	12
1.3.3. Flexografía.....	12
1.3.4. Adobe Illustrator.....	12
1.3.5. Adobe After Effects.....	13
1.3.6. Motion Graphics	13
1.3.7. Packaging.....	13
1.3.8. Ilustración digital.....	13
1.3.9. Animación publicitaria	13
1.3.10. Marketing.....	14

1.3.11. Fotograma.....	14
1.3.12 Adobe Media Encoder	14
1.3.13. Línea de tiempo	14
1.3.14. Estrategia	14
1.4. MARCO JURIDICO	15
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.....	15
1.4.2. Plan Nacional de Desarrollo (2017 - 2021) Toda una vida	16
1.4.3. Ley de Comunicación.....	16
1.4.4. Ley de Propiedad Intelectual	17
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	19
2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	19
2.1.1. Descriptiva.....	19
2.1.2. Explicativa	19
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.2.1. Enfoque Cualitativo.....	20
2.2.2. Enfoque Cuantitativo.....	20
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	21
2.3.1. Métodos Teóricos	21
2.3.1.1. Método de Análisis y Síntesis	21
2.3.1.2. Método Histórico- Lógico	21
2.3.1.3. Método Inductivo-Deductivo	21
2.3.2. Métodos Empíricos.....	22
2.3.2.1. Observación no Participativa.....	22
2.3.2.2. Entrevista	22
2.3.2.3. Encuesta.....	22
2.3.3. Métodos Estadísticos	22
2.3.3.1. Universo.....	22

2.3.3.2. Muestra	23
2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	23
2.4.1. Análisis de la observación	23
2.4.2. Análisis de los resultados de encuestas	24
2.4.3. Análisis de los resultados de entrevistas.....	27
2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	29
2.5.1. Análisis PEST.....	29
2.5.2. Análisis DAFO (FODA).....	32
2.5.3. Modelo CAPA	34
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	36
3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	36
3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	36
3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	36
3.3.1. Estado inicial de proyecto.....	36
3.3.2. Requerimientos de desarrollo	36
3.3.2.1. Requerimientos técnicos.....	36
3.3.2.2. Requerimientos operativos	37
3.3.2.3. Requerimientos económicos.....	38
3.3.3. Planificación de desarrollo	39
3.3.4. Fase 1: Planteamiento de Idea	40
3.3.4.1 Estudio previo de los temas y el contenido de los videos	40
3.3.4.2 Esbozo de ideas para cada uno de los videos (brainstorming)	41
3.3.4.3 Guiones técnicos de los videos.....	41
3.3.4.4 Búsqueda de recursos (imágenes, música, etc.) para los videos.....	42
3.3.4.5 Moodboard de los videos.....	42
3.3.5. Fase 2: Desarrollo de los videos	43
3.3.5.1 Storyboard de los videos.....	43

3.3.5.2 Animatic de los videos	44
3.3.5.3 Style frames y design boards de los videos	44
3.3.5.4 Diseño de las animaciones en After Effects	45
3.3.6. Fase 3: Implementación.....	46
3.3.6.1 Renderización de los videos	46
3.3.6.2 Análisis de las redes sociales apropiadas para los videos	46
3.3.6.3 Formatos de los videos	46
3.3.6.4 Mockup de los videos en redes sociales	47
3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN.....	47
3.4.1. Factibilidad administrativa	47
3.4.2. Factibilidad económica.....	47
3.4.3. Factibilidad legal	48
3.4.4. Factibilidad ecológica.....	48
3.5. FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA.....	49
3.6. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA .	49
CONCLUSIONES.....	51
RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	57

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Requerimientos Técnicos	36
Tabla 2. Requerimientos Operativos	37
Tabla 3. Requerimientos Económicos	38
Tabla 4. Planificación de desarrollo de la propuesta	39

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA	58
ANEXO 2. FICHA DE OBSERVACIÓN	59
ANEXO 3. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DEL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.	60
ANEXO 4. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNO DE LOS DISEÑADORES GRÁFICOS DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.	62
ANEXO 5. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNO DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.	63
ANEXO 6. FORMATO DE LA ENCUESTA	64
ANEXO 7. TAMAÑO DE LA MUESTRA	66
ANEXO 8. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA AL JEFE DEL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.	67
ANEXO 9. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA A UNO DE LOS DISEÑADORES GRÁFICOS DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.	69
ANEXO 10. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA A UNO DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.	71
ANEXO 11. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA TABULADOS Y GRAFICADOS	73
ANEXO 12. GUIONES TÉCNICOS DE LOS VIDEOS	77
ANEXO 13. MOODBOARDS DE LOS VIDEOS	99
ANEXO 14. STORYBOARDS DE LOS VIDEOS	104
ANEXO 15. TIPOGRAFÍA	113
ANEXO 16. ARMONÍA DE COLOR	113
ANEXO 17. CROMÁTICA	114
ANEXO 18. DESIGN BOARDS DE LOS VIDEOS	115
ANEXO 19. VIDEOS DE ANIMACIÓN	120



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación "**Diseño de animaciones publicitarias e informativas para la empresa Matriflexo S.A de la ciudad de Guayaquil**".

CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **GUERRERO BERMEO DAYANA KAREN** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

RESUMEN

Los videos de animación publicitarios e informativos son una de las estrategias de publicidad y marketing más utilizadas hoy en día por las empresas y marcas que buscan fidelizar y atraer nuevos clientes de una manera diferente, creativa, entretenida e innovadora y con el objetivo de que el mensaje que transmitan sea claro y preciso. Los videos de animación son considerados una de las mejores herramientas para transmitir aquellos mensajes que pueden resultar complejos en primera estancia pero que con el debido análisis pueden ser expuestos de forma más sencilla mediante el uso de varios recursos, como ilustraciones, fotografías, textos, entre otros que al ser animados captan la atención del espectador y le permiten entender de una forma más dinámica aquellos mensajes. La flexografía es una de las técnicas de impresión menos conocida actualmente a pesar de su gran importancia y de que está muy presente en el medio sin que las personas se den cuenta de ello. Es por este motivo que mediante el uso de videos de animación se busca aportar una solución para que una empresa dedicada a producir la materia prima necesaria para esta técnica sea mayormente reconocida, al mismo tiempo que se imparte un mayor conocimiento sobre este valioso sistema de impresión a las personas.

ABSTRACT

Advertising and informative animation videos are one of the most used advertising and marketing strategies nowadays by companies and brands that seek to attract new customers in a different, creative, entertaining and innovative way and with the objective of transmitting a clear and precise message. Animated videos are considered one of the best tools to convey those messages that may be complex at first glance but with proper analysis can be exposed in a simpler way through the use of various resources, such as illustrations, photographs, text, among others that when animated capture the viewer's attention and allow him to understand in a more dynamic way those messages. Flexography is one of the least known printing techniques nowadays, in spite of its great importance and the fact that it is very present in the media without people realizing it. It is for this reason that through the use of animation videos we seek to provide a solution for a company dedicated to producing the raw material necessary for this technique to be more widely recognized, while at the same time imparting greater knowledge about this valuable printing system to people.

INTRODUCCIÓN

El ser humano siempre se ha destacado por querer representar a través de diferentes medios sus propios pensamientos e ideas acerca de lo que ve a su alrededor, no se conforma únicamente con aquello que otros le muestran, sino que desea exponer su propia visión del mundo y es precisamente este anhelo lo que le ha permitido buscar diferentes formas de lograr aquello y una de ellas es a través de la animación. Las personas no se conformaron solamente con mostrar sus ideas a través de un dibujo, una pintura o una fotografía, sino que hallaron el modo de aparentar darle vida a aquello que no lo tenía. A lo largo de los años se crearon diferentes inventos como la linterna mágica y el rotoscopio y se utilizaron diferentes técnicas como la cronofotografía para lograr aquello que en aquel entonces no parecía posible (Pernaz, 2020).

Con el pasar de los años la animación fue evolucionando, ya no se utilizaba únicamente para la producción de películas, sino que también empezó a formar parte de la publicidad. Hoy en día la animación cumple un papel mucho más importante y es que actualmente es considerada como una estrategia que resulta verdaderamente útil dentro del marketing y la publicidad (Raisen, 2017). La mayoría de las empresas utilizan la animación como uno de sus medios principales para mostrar sus productos, valores, características e inclusive su identidad al cliente, debido a que esta resulta mucho más dinámica y entretenida que una fotografía, un mensaje escrito o un afiche publicitario. La animación posee características únicas que la hacen muy beneficiosa para las empresas como la capacidad de narrar una historia o hacer que aquellos conceptos que resulten complejos para los clientes puedan ser descritos de una forma sencilla y entretenida (Simbolízate ingenio creativo, 2020). Entre los tipos de animación más utilizados actualmente por las compañías se encuentran los motion graphics debido a los beneficios que estos ofrecen al momento de que una empresa se promocioe (Carranza, 2021).

Es precisamente esta característica de la animación, el poder lograr transformar un concepto complejo en algo más sencillo, lo que motivo la creación del presente proyecto. La empresa Matriflexo S.A. no utiliza la animación como parte de sus estrategias de publicidad y marketing en sus redes sociales, lo que resulta en una gran desventaja, ya que como se mencionó anteriormente hoy en día el uso de la animación es muy importante. Esta empresa se dedica a la elaboración de planchas fotopolímeras, unas planchas especializadas que se utilizan en la flexografía la cual es una técnica de impresión que no es muy conocida en el país a diferencia de otras técnicas similares como

la impresión digital o la impresión en offset y es que al tratarse de un método que surgió hace muchos años podría parecer que no es muy novedosa o que incluso podría desaparecer, sin embargo, la flexografía sigue siendo actualmente uno de los procedimientos de impresión más demandados por aquellas empresas que se dedican al packaging en vista de que posee grandes beneficios. Debido a este poco conocimiento, el atraer nuevos clientes resulta complicado para la empresa y a su vez se puede añadir que tampoco se suelen impartir temas que profundicen en este tipo de técnicas en las instituciones educativas que brindan la carrera de diseño gráfico.

Para la resolución de la problemática presentada es necesario establecer una estrategia que permita que las personas puedan conocer que es la flexografía y sobre todo que sean capaces de entender cada uno de los procedimientos que se realizan en este sistema de impresión y cuales son todas las utilidades que obtendrían del mismo en comparación a otros sistemas similares.

La animación podría permitir a los actuales y futuros clientes entender de una forma más práctica y sencilla cuestiones acerca de la flexografía, cuáles son los diferentes procesos que se realizan en este método, los beneficios de esta técnica y muchas cosas más, ya que como se mencionó anteriormente, aquellos conceptos que pueden resultar complejos pueden ser simplificados de una forma mucho más clara y entretenida mediante la animación, puesto que la misma es muy atractiva visualmente.

El integrar la animación como parte de las estrategias de marketing y publicidad de la empresa Matriflexo S.A. aportará mayores posibilidades de que se atraigan a nuevos clientes que, a través de ella, conocerán de forma clara y detallada a la empresa, así mismo se utilizara este medio para mostrar a los clientes todas aquellas novedades que se vayan integrando en los diferentes procesos que utiliza la impresión flexográfica para mantenerlos informados, actualizados y fidelizados, puesto que verán los constantes avances que se implementan en la empresa para mejorar cada día sus productos y ofrecer un servicio completo y de calidad.

Al utilizar esta nueva estrategia de publicidad y marketing surge la posibilidad de que la empresa obtenga grandes beneficios como ser mayormente reconocida, atraer nuevos clientes y mantener fidelizados a los clientes actuales, mejorar la relación empresa-cliente y hacer que esta sea más efectiva y estable, tener mayores ingresos económicos, expandirse a otros medios como la plataforma de YouTube o LinkedIn y por

lo tanto lograr un mayor alcance y destacar entre otras empresas por su originalidad y creatividad en cada uno de sus videos, se asegurará el valor de la confianza, se fortalecerá su identidad y sus valores por lo que podrán mejorar todavía más cada uno de los servicios que ofrece.

El uso de videos de animación en las redes sociales de la empresa será de gran provecho para aportar conocimientos útiles y necesarios a los clientes y dado que, la comunicación con ellos es indispensable durante todo el proceso de impresión flexográfica, el uso de animaciones para explicar detalladamente cada uno de los pasos que se realizan durante las distintas etapas de la flexografía ayudara a que se cometan menos errores durante el proceso y por ende no se genere malestar en el cliente. El explicar este proceso también permitirá aumentar la rapidez y efectividad con la que se realizan los trabajos, puesto que los clientes estarán informados acerca del mismo y por lo tanto se mejorarán las indicaciones que ellos le comunican a la empresa para la realización del respectivo producto.

Se puede añadir que la presente investigación también será un gran aporte al conocimiento de todas aquellas personas que deseen conocer lo importante que es la animación para promocionar sus productos o servicios, obtener una guía de cómo pueden implementarla, saber los resultados y beneficios que se pueden adquirir a través de ella y conocer los programas que se utilizan para elaborarlos.

El saber acerca de la flexografía cuestionara a las instituciones educativas que ofrecen la carrera de diseño gráfico el replantearse la idea de lo importante que es impartir conocimientos más profundos acerca de las diferentes técnicas de impresión que existen a los estudiantes y cuan necesario es que los futuros diseñadores gráficos tengan un conocimiento amplio de las diferentes formas en que pueden presentar sus trabajos, y aunque bien es cierto que hoy en día lo que predomina es lo digital, hay procesos como el packaging que siempre requerirán de un medio físico para su presentación y he aquí la razón por la que es necesario saber todo lo mencionado anteriormente.

La aplicación de esta propuesta se realizará mediante la implementación de diferentes animaciones publicitarias e informativas donde se muestre detalladamente información relevante acerca de la empresa y se explique cada uno de los procesos productivos que se realizan, así mismo se harán animaciones donde se presenten sus procesos de calidad, los programas y productos que utilizan para la elaboración del

producto final, una video presentación de la empresa, entre otros temas. Cada una de las animaciones serán realizadas en un formato específico para que puedan ser utilizadas en las diferentes redes sociales de las que dispone la empresa e incluso explorar nuevas opciones donde se podrían publicar como las plataformas de LinkedIn y YouTube.

Cabe recalcar que la importancia de los videos animados radica en que son muy demandados hoy en día, son muchas las empresas que solicitan este tipo de videos para promocionarse, un video animado no solo permite mostrar aquello que se quiere ofrecer de forma llamativa y entretenida, sino que le aportan a la empresa una mayor visibilidad puesto que este tipo de videos poseen una gran audiencia actualmente e incluso muchas de las publicidades de diferentes empresas se presentan en este formato. Un video animado que sea memorable también le dará un mayor reconocimiento a la marca y permitirá que el cliente la recuerde con mayor eficiencia.

Es importante añadir que la empresa Matriflexo S.A. se encuentra en diferentes redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, cuentan con una página web, un catálogo de productos e inclusive una aplicación móvil, sin embargo, no disponen de videos de animación en ninguno de estos medios, por lo que la implementación de los mismos será de gran aporte no solo por ser novedosos y llamativos sino también por todos los beneficios que ofrecen. La investigación respectiva acerca de cada una de las áreas y conceptos que intervendrán en la realización del presente proyecto permitirá establecer estrategias adecuadas para la elaboración de los videos.

El objetivo de la presente investigación es aportar al reconocimiento de la empresa Matriflexo S.A. por medio del diseño de animaciones publicitarias e informativas que aporten información sobre la flexografía, debido a que la empresa no cuenta con la implementación de videos animados entre sus estrategias de publicidad y marketing.

Para cumplir con el objetivo propuesto se planea implementar las siguientes acciones: identificar los datos de mayor relevancia acerca de la empresa para realizar un video animado promocional sobre ella, como por ejemplo, cuáles son las características que la convierten en una empresa líder en el área de matrices flexográficas, cuál es su misión, su visión y sus valores, es decir toda aquella información principal que permita a los clientes conocer que es Matriflexo S.A., también se hará un video sobre que es la flexografía para lograr que esta técnica de impresión sea mayormente conocida, se va a realizar un video animado donde se expliquen cada uno de los procesos productivos y de

calidad que la empresa realiza, así mismo se realizará un video animado donde se expliquen los productos y servicios que se ofrecen y un video donde se explique las tecnologías utilizadas para la elaboración del producto. Posterior a esto se analizarán otros temas importantes que puedan aportar mayor información sobre la empresa.

Para la realización de estos videos va a ser necesario la creación y elaboración de un plan organizacional donde se incluirá un cronograma en el que se indiquen las respectivas semanas en las que se elaboraran las ilustraciones que se usaran en los videos animados y la creación de los mismos, también se indicaran los temas de cada uno de los videos y el orden en que estos podrían presentarse para obtener una organización más eficiente en cuanto a la forma de publicar los mismos.

Se sugerirá la plataforma en la que estos videos podrían ser puestos, ya sea que se trate de Facebook, YouTube, Instagram o LinkedIn. Se hará un breve análisis de las redes sociales sugeridas para tener un mejor control sobre el tipo de contenido que se debe subir en cada una de ellas, los horarios adecuados para subir la información, la duración de los videos, entre otras cuestiones que permitirán en mayor medida la correcta exposición de los videos.

La base para la realización de este proyecto es sobre todo la investigación y el análisis, es por ello que se utilizaran diferentes métodos que permitan obtener la información necesaria para exponer adecuadamente la problemática y cada uno de los puntos que van a formar parte de la posible solución que busca aportar este trabajo. Para ello se realizará una búsqueda en páginas de internet, libros, artículos científicos, trabajos relacionados con el tema, revistas, documentos de sitios web, entre otros medios que permitan lograr aquello.

El uso de diferentes métodos de investigación como las encuestas, las entrevistas, los datos estadísticos, entre otros, también serán necesarios para obtener aquellos datos que van a permitir realizar un análisis a mayor profundidad de todas las variables que formaran parte de la investigación. Este tipo de métodos son de gran utilidad cuando se necesita obtener una información más concreta como el hecho de saber la cantidad de personas que conocen acerca de la flexografía, uno de los puntos más importantes en la presente investigación.

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.1.1. Historia del Diseño

En un principio el diseño no era reconocido como una disciplina, tuvieron que suceder varios acontecimientos que permitieran reconocerlo como tal, sin embargo, es importante recordar que el diseño tiene varias clasificaciones, como el diseño gráfico, el diseño industrial, el diseño de interiores, el diseño de modas, entre otras y que cada una de estas áreas tiene su propia historia y su momento idóneo donde fueron aceptadas como disciplinas independientes. Otro punto importante a destacar es que varios autores coinciden en que la historia del diseño nació como resultado de la historia del arte, es decir que la base del diseño como tal está radicado en el arte.

Para (Zulueta, 2015) existen puntos diferentes en cuanto al origen concreto del diseño, puesto que hay historiadores que consideran que el diseño viene desde la prehistoria mientras que otros apuntan a la revolución industrial como su verdadero origen. Lo cierto es que se puede considerar que, aunque el diseño pudo haber estado presente desde los inicios de la humanidad, fue con la llegada de la revolución industrial donde empezó a ser más utilizado debido a la publicidad y esta fue la base para que posteriormente fuera considerado como una disciplina.

Hoy en día el diseño ha evolucionado en gran medida e inclusive han surgido nuevas clasificaciones del mismo lo que ha permitido que se convierta en un amplio campo que abarca muchas actividades necesarias para la vida diaria, como la comunicación visual o el diseño de productos, que mejoran la vida de las personas y es que el diseño está presente en la mayoría de cosas que rodean al ser humano.

1.1.2. Historia del Diseño Gráfico

Son varios los investigadores referentes al área de diseño gráfico que concuerdan con que este ha estado presente desde el inicio de la humanidad cuando los seres primitivos plasmaron sobre las paredes de las cuevas figuras de animales y el modo en que los cazaban, claro está que en esos tiempos ellos no tenían idea de que aquello que hacían era una forma de comunicación visual.

Si se realiza un análisis de la historia del diseño gráfico se puede deducir que el ser humano siempre ha buscado diferentes formas de comunicarse, siendo la

comunicación visual uno de los primeros medios utilizados para lograr aquello. Sin embargo, como la mayoría de las cosas, todo conlleva a que el ser humano no se conforma únicamente con lo que ya está establecido, sino que busca la forma de transformar y mejorar en gran medida su realidad y es así como el diseño gráfico fue evolucionando.

Para (Meggs & Purvis, 2009) la historia del diseño gráfico inició con la invención de los siguientes elementos: la escritura, los manuscritos y libros ilustrados, la imprenta, la revolución industrial y la creación de las primeras escuelas de diseño. Todo aquello sería la base de lo que hoy en día se conoce como diseño gráfico.

Actualmente se sabe que esta disciplina va mucho más allá de lo que en un principio se creía, cada cierto tiempo surgen nuevos conceptos e ideas acerca de lo que verdaderamente es el diseño gráfico, sin embargo, su historia siempre será la base de su evolución.

1.1.3. Historia de la Animación

La animación surge como resultado del deseo del ser humano por hacer que aquello que un principio resulta imposible se vuelva posible, la idea de hacer que algo inerte pueda dar alusión a que está vivo no es otra cosa que el anhelo de las personas por querer representar de la manera más fiel posible aquello que quieren mostrar al mundo.

Una imagen, una fotografía, una pintura hace que el hombre siempre tenga que imaginar en su mente aquella historia o mensaje que se quiere contar, sin embargo, una animación en su mayoría te muestra claramente aquello, quizás muchas de ellas dejan lugar a la reflexión y a la interpretación propia pero lo que sí está claro es que facilita mucho más aquel proceso ya que muestra la mayoría de escenas que conllevan al mensaje final.

Según (Oleas, 2017) son varios los autores que coinciden en que los inicios de la animación se dieron gracias a la creación de diferentes inventos como la linterna mágica, el cinematógrafo, el zootropo, entre otros. Esto conllevó a que los mismos fueran evolucionando hasta permitir desarrollar una técnica que fuera eficiente para lograr la alusión del movimiento.

Para (Hurtado & Cuéllar, 2018) es importante recalcar en la historia de la animación el uso de papel de acetato donde se dibujaba cada uno de los movimientos del personaje, luego surgió la animación en 3D siendo Toy Story una de las más reconocidas. No se puede dejar de lado el hecho de que durante la historia de la animación también

surgieron distintas técnicas, cada una con características únicas que hacen del cine de animación una gran fuente de entretenimiento.

1.1.4. Historia de la Flexografía

La flexografía es una técnica de impresión que ha sido utilizada durante muchos años debido a sus características y beneficios que la hacen ideal para la producción de diferentes impresiones, siendo la industria del packaging quienes más hacen uso de esta interesante técnica.

Según (Mejía, 2017) en 1880 las impresoras no hallaban el modo de realizar impresiones en materiales que fueran más ásperos que el papel, como el cartón, es así que idearon un modo de crear un material a base de caucho para lograrlo. Esto se debía principalmente al hecho de que las impresoras utilizaban planchas muy rígidas que no permitían transferir la tinta al material adecuadamente, es por ello que se requerían de planchas que fueran más flexibles, dándose así los inicios de la flexografía.

Posteriormente el uso de esta técnica se fue popularizando, sin embargo, no fue hasta 1951 cuando un impresor experto en packaging llamado Franklin Moss le asignó a esta técnica el nombre de flexografía pues era conocida como impresión con anilina (Mejía, 2017).

1.1.5. Historia de la empresa Matriflexo S.A.

La empresa Matriflexo S.A. se fundó en 1993 y surgió como un proyecto innovador de la mano de Roberto Cordero, cuyo deseo era establecer una empresa dedicada a la elaboración de planchas flexográficas, área en la que él era un experto e inclusive considerado como un referente de la misma.

Su espíritu innovador permitió que su familia también se interesara en el oficio y posteriormente su generación. Actualmente la empresa Matriflexo S.A. es considerada como una empresa líder en esta área y es dirigida por sus hijos.

El esfuerzo y dedicación por parte de todo el equipo de la empresa ha permitido que la misma sea reconocida como una de las mejores empresas de matrices flexográficas en el país. La calidad de sus productos y el constante esfuerzo por mejorar cada uno de sus procesos permiten que aquellos clientes que ponen su confianza en ella queden conformes con el producto final. Del mismo modo la empresa Matriflexo S.A. busca que la misión, visión y valores que muestra a sus clientes se cumplan constantemente.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Diseño

Como base para el desarrollo de la presente investigación se explicará detalladamente cinco disciplinas que son fundamentales para la correcta comprensión de la misma. Una de estas disciplinas es el diseño como disciplina general.

Para Chaves (2006) el diseño es “La fase de un sistema productivo en el que se define la totalidad de las características de un producto, su forma de producción, distribución y uso”, es decir que el diseño está relacionado con la creación de un producto donde se determinaran sus atributos y la forma en que este va ser presentado y concedido a la sociedad, esta afirmación permite ver que el diseño va mucho más allá de estar presente únicamente en la creación del producto, sino que también está involucrado en todo el proceso necesario para su integración en la comunidad.

Según Costa (2014) “El diseño es una actividad mediadora que tiene mucho que ver con la configuración del entorno artificial y constituye un elemento significativo de sus interacciones con los individuos y la sociedad”, esta afirmación da a entender que el diseño es fundamental para el desarrollo del entorno no natural que rodea al individuo y a su vez forma parte de las interacciones que este realiza con su entorno.

1.2.2. Diseño Gráfico

El diseño gráfico es parte fundamental en el desarrollo de la presente investigación puesto que forma parte de la base que permitió el desarrollo de la animación, es por ello que la animación es considerada como una de las tantas áreas que ofrece esta disciplina, por lo que es importante analizar diferentes puntos de vista acerca de que es el diseño gráfico.

Bustos (2012) nos dice que “El diseño gráfico es la proyección de la imaginación y la creatividad”, lo que significa que el diseño no es más que la extensión de nuestros pensamientos e ideas acerca de algo en concreto y la forma en que buscamos integrar esas ideologías en la sociedad. Es por ello que el desarrollo de la creatividad es parte fundamental en el proceso de diseño gráfico.

Otro punto de vista que cabe recalcar es el de Tapia (2014) quien afirma que “El diseño gráfico es una disciplina social y humanística; el arte de concebir, planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las

situaciones humanas”, esta definición nos lleva mucho más allá del hecho de que el diseño gráfico consiste básicamente en expresar ideas y nos plantea más bien un modelo en el que radica como base la comunicación visual, es decir que esta afirmación da a entender que el diseño gráfico es un medio de comunicación que busca aportar soluciones a diferentes problemáticas que se presenten en la sociedad, y más allá de ello, busca prosperar el modo en que habitualmente se resuelven.

1.2.3. Animación

La animación es la base esencial para el desarrollo del presente proyecto ya que en ella se basa la solución a la problemática presentada por lo que es necesario conocer que es la animación para así forjar una idea del porque es importante su utilización para la presentación, ya sea de productos, procesos u otros temas de una empresa.

Como se ha mencionado anteriormente, la animación es el resultado del anhelo del ser humano por dar la ilusión de vida a algo que de otro modo sería inerte, este concepto es originario del propio significado de la palabra. De acuerdo a Duran (2016) se puede considerar que la animación es una técnica que permite dar vida a objetos inanimados mediante la grabación de imagen por imagen de los mismos, independientemente de aquello que se utilice para crearlos (plastilina, gráficos 3D, dibujos, etc.).

La utilización de diferentes técnicas para lograr una animación es muy variada y cada una de ellas tiene características propias que las hacen únicas y adecuadas para determinado tipo de sectores. Sánchez (2020) menciona que “El gran animador Norman McLaren solía decir que la animación no es el arte de dotar de movimiento a los dibujos, sino más bien el arte de dibujar el movimiento, añadiendo que lo que ocurre entre cada fotograma es más importante que lo que ocurre en cada fotograma”, es decir que la importancia de la animación radica sobre todo en la transición de un fotograma a otro, el movimiento tiene que ser lo suficientemente realista para que la persona que lo ve sea capaz de sentir que aquello que está viendo parece realmente estar vivo, esto es más crucial que el desarrollo de las situaciones o diferentes escenas que se van a presentar en la animación.

Con respecto a la premisa anterior se puede añadir que tiene mucha razón, puesto que una animación que no sea realista o sea muy notoria en cuanto a la falsedad de sus

movimientos no lograra hacer que la persona se sumerja completamente en aquella historia que se desea contar.

1.2.4. Motion Graphics

La técnica de animación con motion graphics es la que será mayormente utilizada en el presente trabajo de investigación como parte de la solución a la problemática presentada. Los motion graphics son una técnica muy utilizada actualmente por las empresas para promover sus productos y servicios, Nerea (2018) nos dice que los motion graphics son la combinación del diseño gráfico con el diseño audiovisual. Esta técnica permite obtener lo mejor de ambas disciplinas para lograr animaciones que sean únicas e inigualables, ya que se pueden combinar una gran variedad de recursos como fotografías, gráficos, textos, entre otros por lo que no presenta límites a la hora de exponer la creatividad.

Para Carpio (2019) los motion graphics son más que una técnica y asegura que son una herramienta que permite la transmisión de mensajes a través de diferentes elementos que aportan dinamismo a estos mensajes y que es utilizada por las empresas para promocionarse. Es decir que se puede considerar que si una empresa hace uso de esta técnica va a hacer que sus mensajes sean diferentes y dinámicos, ya sea para promocionar sus productos o servicios e inclusive para presentarse a si misma a sus actuales y futuros clientes.

1.2.5. Flexografía

La flexografía es una técnica de impresión utilizada, sobre todo, para la impresión de packaging debido a todas sus características y beneficios. A pesar de que no es considerada una técnica novedosa, lo cierto es que sigue siendo demandada hoy en día por las industrias dedicadas al packaging y ha tenido una gran evolución a lo largo de los años. Velduque (2011) menciona que la flexografía digital es una técnica que hace uso de la tecnología láser, con la cual se elaboran unas planchas conocidas como fotopolímeros. Estas planchas son hechas en relieve y es precisamente esta característica lo que le permite al impresor transferir la tinta al material deseado.

Vidales (1998) considera que la flexografía es uno de los procesos más desarrollados en el mundo en el área de impresión, su eficacia hace que se actualicen constantemente los procesos que se utilizan para la producción de las planchas fotopolímeras.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Diseño gráfico

El diseño gráfico es una profesión que forma parte de los procesos de comunicación visual donde se hace uso de diferentes elementos como imágenes, colores, texto, animaciones, entre otros, para lograr el objetivo de comunicar de manera efectiva y eficiente un mensaje que cumple con objetivos específicos y el cual es dirigido a una audiencia determinada.

Para (Bembibre, 2008) se entiende por diseño gráfico al proceso de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

1.3.2. Animación

La animación es un proceso en el que se busca generar la sensación de que los objetos inanimados como las imágenes, los dibujos e inclusive las fotografías tienen vida propia gracias a una serie de técnicas como la secuencia consecutiva de imágenes que permiten que se genere una ilusión óptica de movimiento.

1.3.3. Flexografía

La flexografía es una técnica de impresión utilizada, sobre todo en la industria del packaging, donde se hace uso de una plancha en relieve hecha de caucho que permite el traspaso de la tinta a una gran variedad de materiales, de modo que es muy utilizada por su rapidez y versatilidad.

Las planchas producidas en la flexografía, conocidas como planchas fotopolímeras o planchas flexográficas, son muy duraderas debido al material del que están hechas y permiten que el producto final tenga más detalle y un mayor acabado. Las tintas utilizadas en esta técnica son consideradas seguras para los productos en los que se vayan a utilizar.

1.3.4. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator es un programa de Adobe que permite la creación y edición de ilustraciones a través del uso de gráficos vectoriales que permiten que estas puedan ser redimensionadas en cualquier medio sin perder la calidad de las mismas, es utilizado para la creación de dibujos digitales, logotipos, señalética, iconos, entre otros.

1.3.5. Adobe After Effects

Adobe After Effects es un programa de Adobe que permite la elaboración de animaciones y composiciones digitales haciendo uso de la técnica motion graphics. Es utilizado principalmente para la creación de animaciones publicitarias, animaciones informativas, animaciones infantiles, entre otras.

1.3.6. Motion Graphics

Los motion graphics son una técnica de animación que combina diferentes elementos del diseño gráfico como ilustraciones, textos, fotografías, entre otros para la creación de composiciones digitales en movimiento que resulten muy atractivas al espectador.

1.3.7. Packaging

El termino packaging hace referencia al proceso de elaboración del empaque de un producto donde se evalúa no solo el diseño del mismo, sino que también se busca que se cumpla con las condiciones necesarias para proteger y prolongar la duración del producto.

1.3.8. Ilustración digital

La ilustración digital hace referencia a la producción de imágenes por medio de dispositivos electrónicos, como las tabletas digitalizadoras o el mouse, mediante el uso de programas especializados que ofrecen todo tipo de herramientas para facilitar la creación de estas imágenes.

1.3.9. Animación publicitaria

Tal como su nombre lo indica, a diferencia de la animación en general, la animación publicitaria tiene específicamente como objetivo dar información acerca de una empresa y de los productos o servicios que esta ofrece a sus actuales y futuros clientes, a fin de incentivar a los mismos a realizar la compra de aquello que se les presenta.

En la animación publicitaria se busca atraer al público de una forma atractiva y diferente, ya que esta tiene la característica de hacer que aquello que se quiere presentar sea visto de una forma dinámica.

1.3.10. Marketing

Para (Kotler, 1996) "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

El marketing es una disciplina cuyo objetivo es el análisis y creación de técnicas y estrategias que permitan que la comercialización de los productos sea más efectiva teniendo en cuenta las necesidades y deseos del consumidor.

1.3.11. Fotograma

Los fotogramas son considerados la base de la animación, ya que es gracias a ellos que se puede lograr la elaboración de la misma. De acuerdo a la RAE la definición de fotograma es: "Cada una de las imágenes que se suceden en una película cinematográfica."

Según (Martin, 2021) "Un fotograma es cada una de las imágenes impresas químicamente en la tira del celuloide del cinematógrafo."

1.3.12 Adobe Media Encoder

Adobe Media Encoder es un programa de Adobe que permite la codificación de videos de modo que estos sean adaptables a cualquier tamaño y resolución de pantalla.

1.3.13. Línea de tiempo

La línea de tiempo en animación es aquella que permite obtener un control sobre la duración que tendrá el video final, a su vez permite determinar el tiempo que habrá entre cada fotograma y la velocidad de los mismos, así como la disposición de los diferentes escenarios donde se desarrollará la animación.

1.3.14. Estrategia

La palabra estrategia hace referencia a un conjunto de acciones con las que se buscan obtener los mejores resultados posibles en el cumplimiento de una o varias metas determinadas. Existen varios tipos de estrategias como las estrategias empresariales, estrategias militares, estrategias de enseñanza, entre otras.

1.4. MARCO JURIDICO

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1.** Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.** El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.** La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.** El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- 5.** Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

El presente proyecto cumple con el artículo 16 de la Constitución de la República del Ecuador donde se indica que todas las personas tienen derecho a acceder de forma libre a la comunicación y a ejercerla, sin importar el medio que se utilice para aquello. En el presente trabajo se hace uso de la comunicación visual para que los clientes de la empresa Matriflexo S.A. puedan acceder libremente a la información sobre los productos y servicios que se ofrecen.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

El presente proyecto cumple con el artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador, donde se indica que no se dará información falsa sobre las características o contenido de un determinado producto o servicio, debido a que se garantizara que la información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa Matriflexo S.A. mediante la realización de las animaciones publicitarias e informativas es verídica y no engañosa.

1.4.2. Plan Nacional de Desarrollo (2017 - 2021) Toda una vida

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

El presente proyecto cumple con el objetivo cuatro Plan Nacional de Desarrollo (2017 - 2021) Toda una vida, puesto que cuando la empresa Matriflexo S.A. tenga un mayor crecimiento económico la economía del país se beneficiará debido al cobro de impuestos.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

El presente proyecto cumple con el objetivo cinco Plan Nacional de Desarrollo (2017 - 2021) Toda una vida, debido a que la elaboración de animaciones publicitarias e informativas para la empresa Matriflexo S.A. va a permitir que obtenga un mayor reconocimiento y crecimiento económico lo que generara una mayor productividad y competencia que beneficie a la sociedad.

1.4.3. Ley de Comunicación

Art. 92.- Actores de la publicidad. - La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta Ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario.

La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos.

Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos.

El presente proyecto cumple con el artículo 92 de la Ley de Comunicación, debido a que la información que se proporcionara mediante las animaciones a realizar será hecha de forma responsable y se buscara que el contenido sea respetuoso y equitativo. Así mismo los derechos de autor de los contenidos presentados serán protegidos.

1.4.4. Ley de Propiedad Intelectual

Art. 33. Salvo pacto en contrario, se presume coautores de la obra audiovisual:

- a) El director o realizador;
- b) Los autores del argumento, de la adaptación y del guion y diálogos;
- c) El autor de la música compuesta especialmente para la obra; y,
- d) El dibujante, en caso de diseños animados.

Art. 34. Sin perjuicio de los derechos de autor de las obras preexistentes que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra audiovisual se protege como obra original.

Los autores de obras preexistentes podrán explotar su contribución en un género diferente, pero la explotación de la obra en común, así como de las obras especialmente creadas para la obra audiovisual, corresponderá en exclusiva al titular, conforme al artículo siguiente.

Art. 35. Se reputa titular de una obra audiovisual al productor, esto es la persona natural o jurídica que asume la iniciativa y la responsabilidad de la realización de la obra. Se considerará productor, salvo prueba en contrario, a la persona natural o jurídica cuyo nombre aparezca en dicha obra en la forma usual.

Dicho titular está, además, legitimado para ejercer en nombre propio los derechos morales sobre la obra incluyendo la facultad para decidir sobre la divulgación.

Todo lo cual se entiende sin perjuicio de las estipulaciones y reservas expresas entre los autores y el productor.

El presente proyecto cumple con los artículos 33, 34 y 35 de la Ley de Propiedad Intelectual, debido a que los contenidos audiovisuales presentados en el presente proyecto son considerados obras originales y se considera que el titular de las mismas puede ejercer distintas acciones sobre ellas.

CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA

Para la realización de la presente investigación se realizó un análisis de los tipos de investigación existentes para definir cuáles serían los más adecuados en el desarrollo de la misma, siendo la investigación descriptiva y la explicativa las que mejor se adaptan a la problemática, a partir de ello se indago en la búsqueda de diferentes procedimientos que faciliten la recaudación de la información necesaria para la obtención de los resultados esperados.

2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. Descriptiva

Según (Rojas, 2015) “una investigación descriptiva (Observacional, Exploratoria, etc.). Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado”. Es decir que este tipo de investigación es aquella en la que se describen los hechos exactamente como están sucediendo sin centrarse en por qué están ocurriendo o en la relación de los sujetos que intervienen en los mismos. Las preguntas que generalmente se formulan para realizar una investigación descriptiva suelen ser: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?

La presente investigación fue descriptiva, debido a que la información obtenida para la elaboración de la problemática y de la posible solución está basada, sobre todo, en la descripción de los hechos que se presentan en la empresa Matriflexo S.A. y del método que se puede emplear para aportar a la resolución del problema presentado.

2.1.2. Explicativa

Según (Hernández , Fernández , & Baptista , 2014) una investigación explicativa es aquella que busca una explicación del por qué están ocurriendo los hechos, cuáles son las diferentes condiciones en las que se manifiestan o cual es la relación de los sujetos que intervienen en los mismos. Las preguntas que generalmente se formulan para realizar una investigación explicativa suelen ser: ¿Por qué? ¿Qué motivos permiten explicar la situación en la que se encuentra el sujeto de estudio?, ¿Cuál es la relación entre las variables que intervienen en los hechos?, etc.

La presente investigación fue explicativa, debido a que aparte de la descripción de los hechos también se realiza una explicación detallada de cada uno de ellos para

facilitar la comprensión de los distintos procesos que intervienen en el desarrollo de la misma.

2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto utiliza un enfoque mixto, es decir que para su realización fue necesario la combinación de dos tipos de enfoques de investigación los cuales son: el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo, ya que ambos son necesarios para obtener los datos que permitirán el desarrollo adecuado de la investigación.

2.2.1. Enfoque Cualitativo

Para (Vega, y otros, 2014) “el enfoque cualitativo se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica como la descripción y la observación del fenómeno. El proceso es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación”.

La presente investigación utiliza el enfoque cualitativo, debido a que para la recolección de los datos fue necesario observar y describir cada una de las variables que intervienen en la problemática y en la posible solución, a su vez estas variables primero fueron basadas en interpretaciones subjetivas antes de dar paso a un método más concreto como lo es el enfoque cuantitativo.

2.2.2. Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo según (Ortega, 2018) “se concentra en las mediciones numéricas. Este enfoque utiliza los análisis estadísticos. Se da a partir de la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de población. Plantea un problema de estudio delimitado y concreto”.

La presente investigación utiliza el enfoque cuantitativo para demostrar concretamente con evidencias basadas en datos estadísticos y más específicos las interpretaciones acerca de las variables que intervienen en la problemática y en la posible solución como el hecho de utilizar encuestas para obtener gráficos estadísticos que permitan ver la cantidad de personas que conocen acerca de la flexografía o cuantas personas conocen acerca de la animación, entre otras cuestiones de suma importancia para el proyecto.

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Métodos Teóricos

2.3.1.1. Método de Análisis y Síntesis

El método de análisis y síntesis permite la obtención de información mediante el análisis individual de cada una de las partes que conforman el objeto de estudio y a su vez permite, posteriormente, reunir estos elementos de manera racional para estudiarlos como un todo, lo que se conoce como síntesis.

En la presente investigación primero se realizó un análisis de forma individual de los elementos que conforman el objeto de estudio para definir cada uno de los puntos que forman parte de la problemática, luego estos elementos fueron compuestos y presentados como un todo en la investigación explicativa de manera que se pudiera entender el problema que dio origen a la investigación y a su vez aportar una propuesta para darle una posible solución.

2.3.1.2. Método Histórico- Lógico

Según el (Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño, 1997) el método histórico consiste en obtener información mediante el análisis de la historia del objeto de estudio, mientras que el método lógico se basa en indagar las leyes generales que permiten el funcionamiento y desarrollo del objeto a estudiar.

En la presente investigación se utilizó el método histórico- lógico para hacer un análisis de la historia del objeto de estudio y para encontrar referencias de otros estudios similares que hayan sido realizados con anterioridad, lo que permitió establecer una vía a la cual dirigir la investigación y la propuesta presentada para la resolución de la problemática.

2.3.1.3. Método Inductivo-Deductivo

Según (Vázquez, 2017) “El método inductivo consiste en explicar la realidad a partir de su observación. Es un proceso que va desde lo particular hasta lo general”.

Para (Significados, 2019) “El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general a lo particular.”

En la presente investigación se utilizó el método inductivo- deductivo a través del análisis de cada uno de los antecedentes y premisas que conforman el objeto de estudio para poder establecer cada una de las conclusiones respecto al tema.

2.3.2. Métodos Empíricos

Los métodos empíricos utilizados en el presente trabajo de investigación son los siguientes:

2.3.2.1. Observación no Participativa

A través del uso de este método se pudo recabar información relevante para el proyecto mediante el análisis del objeto de estudio por medio de la investigación de documentos relacionados con el mismo como libros, artículos, gráficos, trabajos de investigación similares, entre otros.

2.3.2.2. Entrevista

Se realizaron tres entrevistas que fueron aplicadas respectivamente al jefe del área de diseño gráfico, a un diseñador gráfico perteneciente a la empresa y a un cliente de la empresa Matriflexo S.A. para obtener la información cualitativa correspondiente sobre la empresa, sus productos y servicios, sus opiniones sobre las animaciones publicitarias, entre otros puntos importantes, lo que permitió conocer a mayor profundidad los intereses y requerimientos de la empresa, de los trabajadores y de los clientes, así como información relevante que aporte gran valor a la investigación.

2.3.2.3. Encuesta

Una vez determinada la totalidad de la población se procedió a realizar una serie de preguntas con indicadores de respuesta para obtener los datos respectivos que permitieron obtener la información cuantitativa de la investigación, la cual posteriormente fue presentada en gráficos estadísticos para su posterior revisión y análisis.

2.3.3. Métodos Estadísticos

2.3.3.1. Universo

El universo o población está conformado por la totalidad de habitantes de la ciudad de Guayaquil.

2.3.3.2. Muestra

Actualmente la ciudad de Guayaquil cuenta con un total de 2'698.077 millones de habitantes. Se aplicó un tipo de muestra no probabilística, en la cual se seleccionaron 164 habitantes para el desarrollo de la encuesta.

$$n = \frac{N z^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + z^2 p (1-p)}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra.

N = es el tamaño de la población.

z = vale 1,96 para una confiabilidad del 95 % y 2,58 para un 99 %.

p = es la proporción poblacional que deseamos estimar. La muestra piloto aplica aquí también.

e = el error máximo que estamos dispuestos a cometer en la estimación (en forma de proporción).

2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

2.4.1. Análisis de la observación

Se aplicó una ficha de observación para obtener información relevante de la empresa lo que dio como resultado el origen del presente trabajo de investigación, ya que mediante la aplicación de la ficha de observación se obtuvo la problemática que permitiría, posteriormente, plantear la posible solución de la misma mediante la propuesta presentada. (**Anexo 2**)

Se pudo evidenciar que la empresa posee un logotipo, una misión, una visión, valores corporativos, redes sociales y estrategias de publicidad y marketing definidas, todas estas cuestiones son indispensables para el correcto desarrollo y crecimiento de una empresa. Sin embargo, a pesar de disponer de todo aquello el gerente de la empresa manifestó que necesitaban atraer más clientes y que no sabían cómo llegar a ellos debido a que son pocas las personas que conocen acerca de la flexografía y sus beneficios. Es

por ello que luego de observar aquello de lo que si disponía la empresa se encontraron dos factores que faltaban en la misma pero que podrían ser de gran ayuda para lograr lo solicitado por el gerente. El primer factor era el uso que le daban a las redes sociales, a pesar de que se realizan publicaciones constantes, se pudo deducir que estas están sobre todo dirigidas a aquellos que ya conocen de la flexografía, lo que resulta en una desventaja para atraer a nuevos clientes, así mismo se evidenció que hay muchos temas que podrían ser incluidos en estas publicaciones, los cuales serían de gran ayuda tanto para la empresa como para los actuales y futuros clientes pero que no se consideran o toman en cuenta como parte del contenido de sus redes sociales y por último el segundo y más importante de los factores: la falta del uso de videos en sus redes sociales. Tal como se ha mencionado varias veces en el presente trabajo de investigación, el uso de videos como parte de las estrategias de publicidad y marketing de una empresa es muy importante hoy en día, por no decir, indispensable, las personas son atraídas mayormente por los videos que por las imágenes y aunque estas también son importantes, hay temas que resultan muy complejos o extensos para explicarlos únicamente mediante el uso de imágenes, así mismo los videos ofrecen la posibilidad de que las personas recuerden con mayor facilidad una marca, ya sea por la música o inclusive la historia que se presenta en el mismo. Entre los tipos de videos que se utilizan en las empresas, son los videos animados, los que mayormente se aplican debido a que estos resultan entretenidos, dinámicos o incluso divertidos, todo aquello se puede lograr, claro está, con total profesionalismo. Todos los resultados obtenidos de la ficha de observación permitieron establecer la base que posteriormente permitiría establecer como se podrían hacer estos videos, que tipo de contenido se podría presentar en ellos, entre otras cuestiones indispensables para el presente proyecto.

2.4.2. Análisis de los resultados de encuestas

Se aplico una encuesta, basada en un universo y una muestra, a 164 habitantes de la ciudad de Guayaquil, a quienes se les solicito que respondieran 10 preguntas con indicadores de respuesta de forma online, mediante el uso de la herramienta Google Forms y de la aplicación de WhatsApp. Las preguntas que se realizaron fueron planteadas de modo que pudiesen aportar datos relevantes para la investigación. Los resultados evidenciaron, por ejemplo, la falta de conocimiento que se tiene acerca de la flexografía y por ende de sus beneficios, así mismo estos resultados contribuyeron a la realización

del proyecto puesto que evidenciaron aquello que se había analizado y planteado con respecto a los videos de animación.

El formato de la encuesta se puede visualizar en el **Anexo 6** y el resultado de la misma en el **Anexo 11**.

Pregunta 1: ¿Conoce que es la flexografía?

A fin de comprobar el poco conocimiento que se tiene acerca de la flexografía, se preguntó a las personas si conocían sobre esta técnica, lo que dio como resultado los siguientes porcentajes: El 79.9% de los encuestados respondió que no conocían acerca de la flexografía mientras que el 20.1% respondió que, si la conoce, lo que deja en evidencia que son pocas las personas que conocen sobre esta técnica de impresión.

Pregunta 2: ¿Sabía usted que la flexografía es muy importante dentro del packaging (empaquete de productos)?

La segunda pregunta se elaboró con la finalidad de saber si las personas saben la importancia de esta técnica de impresión dentro de lo que es el packaging, puesto que es esta rama donde se utiliza principalmente, y por ende donde se deben enfocar los videos de animación. Los resultados mostraron que el 78% de los encuestados no sabían de la importancia de esta técnica en el packaging mientras que el 22% si conocían su importancia. Son resultados que van acorde a la primera pregunta, puesto que si no se conoce esta técnica es muy probable que tampoco se conozca su verdadera importancia.

Pregunta 3: ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es mejor para ofrecer un producto o servicio?

Esta pregunta se realizó con la intención de saber que medios elegirían las personas para ofrecer un servicio o producto y así saber si el uso de videos es uno de los medios más usados. Las respuestas fueron las siguientes: el 67.7% de las personas consideran que los videos publicitarios son la mejor opción a la hora de ofrecer un producto o servicio, el 28.7% eligió las imágenes publicitarias y el 3.7% consideran que otros medios son mejores para aquello.

Pregunta 4: ¿Conoce que es una animación publicitaria?

Esta pregunta se elaboró con la finalidad de saber cuántas personas conocen acerca de lo que es una animación publicitaria para ver si la misma está presente en la mente de

los consumidores, ya que al dar una respuesta afirmativa se puede ver cuánto es utilizada actualmente y a la vez saber cuán importante es en la publicidad. Los resultados obtenidos fueron que el 73.2% conoce lo que es una animación publicitaria, el 20.1% no conoce acerca de ella y el 6.7% se hace una idea de lo que es.

Pregunta 5: ¿Qué opción prefiere al momento de ver la publicidad de un producto o servicio?

La quinta pregunta se realizó con la finalidad de obtener datos que permitan saber si las personas prefieren ver publicidad a través de videos publicitarios u otros medios. Los resultados permitieron evaluar que los videos tienen mayor acogida que otros medios y por lo tanto son muy importantes en la publicidad. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 71.3% prefiere los videos publicitarios, el 24.4% prefiere los videos publicitarios y el 4,3% prefiere otras opciones.

Pregunta 6: ¿Qué opción cree usted que es más adecuada para conocer algún tema nuevo?

Esta pregunta se elaboró con la intención de saber a través de que medio se les facilita mayormente a las personas conocer algún tema nuevo, esto debido a que la flexografía es algo que pocos conocen y por lo tanto se debe de buscar una forma sencilla de explicarla y además así se podría obtener una prueba de que la propuesta de usar videos de animación para explicar esta técnica es adecuada. Los resultados fueron los siguientes: el 77.4% prefiere los videos para aprender algo nuevo, el 15.9% las imágenes y el 6.7% prefieren otros medios.

Preguntas 7: ¿Considera usted que los videos animados que promocionan productos o servicios son innovadores, entretenidos y dinámicos?

En esta pregunta el 87.8% respondió que sí mientras que el 12.2% dijo que no, como se puede observar la mayoría de personas considera que los videos de animación publicitarios son innovadores, entretenidos y dinámicos, por lo tanto, el resultado fue positivo para saber que los mismos son agradables para las personas.

Pregunta 8: ¿Sabía usted que el uso de videos animados para ofrecer productos o servicios es muy importante actualmente?

Esta pregunta se realizó para saber si las personas son conscientes de cuan populares e importantes son estos videos y por lo tanto saber si son factibles de utilizar como estrategia de marketing y publicidad.

El 82.9% de los encuestados respondió que sí conocen la importancia del uso de este tipo de videos mientras que el 17.1% respondió que no lo sabía.

Pregunta 9: ¿Sabía usted que el uso de videos en la publicidad facilita la comprensión de conceptos complejos?

Esta pregunta se realizó, sobre todo, para saber si las personas comprenden conceptos, considerados complejos, a través de videos. Esto permite saber si los videos serán útiles para presentar los términos que se utilizan en la flexografía y cada uno de sus conceptos. Las respuestas positivas nos permiten ver que las personas conocen sobre esto debido a que lo han experimentado. Los resultados fueron los siguientes: El 81.1% respondió que sí mientras que el 18.9% dijo que no.

Pregunta 10: ¿Sabía usted que el uso de videos animados en la publicidad facilita que las personas recuerden una marca?

La última pregunta fue realizada para saber si a las personas son conscientes de que un video animado hace que sea más fácil recordar una marca. Los resultados fueron los siguientes: el 82.3% respondió que sí y el 17.7% menciono que no lo saben.

2.4.3. Análisis de los resultados de entrevistas

Se realizaron tres entrevistas en las que se formularon preguntas que permitieran obtener datos relevantes para la investigación. Las preguntas realizadas fueron de tipo abiertas y debido a la situación de la pandemia del COVID-19 no fue posible hacerlas de manera presencial, en su lugar fue necesario contactarse con los entrevistados mediante correo electrónico, medio a través del cual también se enviaron y posteriormente se respondieron las entrevistas.

La primera entrevista fue realizada al jefe del área de diseño gráfico de la empresa Matriflexo S.A., Cristhian Cordero, quien ha trabajado en la empresa desde sus inicios y conoce todo sobre ella, además es quien mantiene contacto con los clientes y sabe todo lo referente a la flexografía. Las preguntas que se le realizaron permitieron obtener información verdaderamente útil para la presente investigación. Los resultados de cada una de las preguntas nos permitieron evidenciar los siguientes factores: el considera que

solo las personas que trabajan o viven de la flexografía conocen acerca de la misma mientras que el resto de la mayoría de personas no conocen acerca de ella lo que evidencia lo formulado en la problemática acerca del poco conocimiento que se tiene de esta técnica. Para él una buena forma de que se conozca más de la flexografía es a través de la publicidad en redes sociales, por lo que es a través de estos medios que se planea compartir los videos. También se le pregunto acerca de los beneficios de la flexografía en comparación a otras técnicas y el menciono que estos son: el costo, la velocidad, la gama de colores y la calidad de la impresión, esta información formara parte del contenido de los videos, ya que es muy importante. Confirмо que a pesar de que la empresa cuenta con redes sociales, no es una de las estrategias de publicidad y marketing que más se utiliza, lo que da otra razón para fomentar un mayor uso de las mismas. El resto de preguntas que se le realizaron estuvieron basadas en los videos de animación. Él se mostró de acuerdo con añadir una nueva estrategia de publicidad y marketing a la empresa como el uso de videos, así mismo confirмо que tiene conocimiento de los beneficios que ofrecen este tipo de videos, ya que el trabajo un tiempo en esa área y por ultimo estuvo de acuerdo en que usar videos de animación en las redes sociales de la empresa sería muy beneficioso tanto para la misma empresa como para los actuales y futuros clientes e inclusive menciono que los videos serian también de gran ayuda para capacitar al personal, requerimiento que no se había tenido en cuenta al principio pero que resulto ser de gran aporte al proyecto.

El formato de la primera entrevista se lo puede visualizar en el **Anexo 3** y la entrevista con las respectivas respuestas se puede visualizar en el **Anexo 8**.

La segunda entrevista fue realizada a uno de los diseñadores gráficos de la empresa Matriflexo S.A. para conocer su opinión con respecto a la propuesta e inclusive preguntarle si esta le podría beneficiar también a el de algún modo. El nombre del diseñador es Jhon Quintana y lleva trabajando tres años en la empresa. Una de las primeras preguntas que se le realizo es si conocía de la flexografía antes de trabajar en la empresa y su respuesta fue negativa, otra evidencia de lo poco que se conoce esta técnica, y a su vez estuvo de acuerdo en que las personas tampoco conocen de ella. Al igual que el jefe de diseño también concordó en que la publicidad es una buena manera de dar a conocer la flexografía, solo añadió que esta debe ser dirigida a un público selecto, factor que sería tomado en cuenta en cada uno de los videos. Con respecto al uso de videos de animación en las redes sociales estuvo de acuerdo en que estos podrían ser de gran utilidad

para la empresa, menciono que los mismos podrían llamar la atención de los clientes potenciales y que no solo ayudarían a la empresa sino también a los mismos diseñadores como el que pertenecen a la empresa, puesto que estos videos podrían ayudar a simplificar la información que se le da a los clientes lo que ayudaría en su trabajo al momento de cumplir con los requerimientos que estos le solicitan.

El formato de la segunda entrevista se puede visualizar en el **Anexo 4** y la entrevista con sus respectivas repuestas en el **Anexo 9**.

La tercera y última entrevista se la realizo a uno de los clientes de la empresa Matriflexo S.A. para saber su opinión acerca del conocimiento que tienen las personas con respecto a la flexografía, su respuesta concordó con la del gerente y la del diseñador, es decir que también considera que esta técnica no es muy conocida en el país. Se le pregunto cómo conoció a la empresa y respondió que fue a través de las redes sociales lo que resulta positivo, ya que como se mencionó anteriormente, es través de ellas donde se desea compartir los videos. El cliente menciono que utiliza la flexografía en su empresa debido a la calidad con la que imprimen los empaques, así mismo se le pregunto qué opinaba acerca de que la empresa utilice videos de animación para ofrecer sus productos y servicios y respondió que estos videos serían muy útiles para conocer más de la empresa. Por último, se le pregunto qué temas considera que se deberían de explicar mediante videos para facilitar su trabajo al momento de requerir los servicios de la empresa y apporto con dos temas que posteriormente serían incluidos en los videos de animación.

El formato de la tercera entrevista se puede visualizar en el **Anexo 5** y la entrevista con sus respectivas repuestas en el **Anexo 10**.

2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

2.5.1. Análisis PEST

Factores políticos

- 1.** El cambio de gobierno que actualmente vive el país podría influenciar de manera positiva o negativa a la realización del proyecto, puesto que no se sabe con exactitud si habrá cambios en las leyes que puedan beneficiar o perjudicar al sector de los medios de comunicación, al sector empresarial, al sector

comercial, entre otros, e inclusive se debe de considerar la posible creación de nuevas leyes que influyan de algún modo en el uso de las redes sociales, medio a través del cual se planea compartir los videos de animación.

2. El estado de excepción impuesto por el gobierno podría perjudicar a la empresa para la que se realiza el proyecto, puesto que esto impide que se pueda trabajar con regularidad. Sin embargo, debido a que la publicidad de la misma se puede emitir mediante las redes sociales, esto no impedirá promocionar los productos y servicios que se ofrecen y seguir en contacto con los actuales y futuros clientes.
3. Las leyes actuales impuestas por el gobierno para proteger los derechos de autor y de propiedad intelectual son beneficiosas para la realización del proyecto, puesto que aquellas leyes evitarán el plagio o robo de los videos que se realizarán para la empresa, por lo que se cuenta con una base legal para proteger estos videos en caso de alguna anomalía.
4. La inestabilidad política que actualmente existe en Ecuador podría incidir de forma negativa en cada uno de los sectores que conforman el país, ya sea que se trate del sector productivo, del sector comercial, de los sectores primarios, secundarios, etc. Todo aquello afecta al correcto desarrollo y crecimiento de una empresa y por lo tanto los proyectos que se realizan para aportar a la misma.

Factores económicos

1. Actualmente la situación económica del país se ha visto gravemente perjudicada por los que hasta ahora han conformado el gobierno, aquello desencadena en que las empresas se vean limitadas a la hora de ejercer su trabajo, puesto que para lo mismo se requiere de una buena estabilidad económica.
2. La realización de videos de animación requiere un menor presupuesto en comparación a otras estrategias de publicidad y marketing, puesto que no se requieren actores, escenarios u otros factores relacionados para su ejecución. Esto permite que, a pesar de la situación económica del país, las empresas puedan acceder con mayor facilidad a este tipo de recursos.

3. Los videos de animación pueden ser fácilmente compartidos a través de las redes sociales por lo que no se requiere invertir en medios como la televisión para promocionar productos y servicios lo que beneficia a la economía de la empresa.
4. El nuevo gobierno podría aportar con decisiones que ayuden en gran medida a la economía del país y por lo tanto también se mejorarían las condiciones económicas tanto de las empresas públicas y privadas y de los demás sectores que forman parte del funcionamiento de las mismas.

Factores sociales

1. Los videos de animación que ofrecen productos y servicios suelen captar en mayor medida la atención de las personas, sobre todo si estos son entretenidos, dinámicos y agradables. Así mismo estos pueden contar historias con las cuales las personas se pueden sentir identificadas, lo que resulta en una ventaja para captar la atención de futuros clientes.
2. El distanciamiento social impuesto por el gobierno, debido a la situación de la pandemia por el COVID-19, impide que las personas puedan tener un contacto más cercano, lo que deriva en que se genere una desconfianza al recibir un volante publicitario, un catálogo o que acepten una conversación con un vendedor, por lo que utilizar videos de animación publicitarios resultan ser una mejor alternativa que las mencionadas anteriormente para promocionar una empresa o marca.
3. Puesto que la mayoría de personas disponen de redes sociales a pesar de su entorno, el alcance de la publicidad por medio de videos que se transmitan a través de ellas será mucho mayor que si se transmitiera por otros medios, es así que una empresa puede ser conocida con mayor facilidad por un gran número de personas.
4. Hoy en día los videos de animación constan de una gran popularidad en la sociedad, lo que hace que estos sean muy solicitados por las empresas, puesto que se han dado cuenta de los beneficios que estos ofrecen como medio de publicidad y de sus ventajas en comparación a otros medios.

Factores tecnológicos

1. A pesar de que en los últimos años el uso de la tecnología ha sido muy importante para las empresas, no fue hasta el inicio de la pandemia del COVID-19, cuando esta empezó a ser indispensable, puesto que se volvió el único medio para que las empresas pudiesen continuar con sus actividades. Las redes sociales se convirtieron en la mejor herramienta para promocionar y vender un producto, por lo que es a través de estos medios que se busca llegar a los clientes.
2. Gracias a la tecnología se han creado programas que permiten hacer animaciones, a estos programas se le añaden cada vez más herramientas que hacen que crear una animación resulte menos complejo y que el proceso sea más rápido y eficiente.
3. La tecnología ha permitido también que se incursionen cada vez más herramientas en las redes sociales, haciéndolas cada vez más efectivas para las empresas.
4. Las plataformas como Facebook y YouTube utilizan videos publicitarios de muchas empresas que solicitan este servicio, lo que les permite no solo promocionarse en sus propias redes, sino que también pueden llegar a muchas más personas si se contratan los servicios de anuncios de estas plataformas.

2.5.2. Análisis DAFO (FODA)

FORTALEZAS

- La aceptación del uso de videos de animación publicitarios e informativos por parte de los directivos de la empresa en sus redes sociales.
- La popularidad de los videos de animación que ofrecen productos y servicios, los cuales son muy solicitados por las empresas.
- El alcance que pueden tener este tipo de videos en las redes sociales.
- La facilidad de explicar temas complejos mediante el uso de videos de animación que permiten entenderlos de forma más detallada y con mayor claridad.

- La empresa ya cuenta con redes sociales por lo que no se necesita crearlas desde cero.

OPORTUNIDADES

- Contar con una video presentación animada de la empresa que permita a las personas conocer acerca de la flexografía, sus beneficios y como la empresa realiza este trabajo.
- Contar con videos de animación que permitan capacitar al personal y a los clientes de la empresa.
- Facilitar el trabajo de los diseñadores gráficos que pertenecen a la empresa.
- Tener un mayor posicionamiento de marca.
- Mejorar la relación cliente-empresa al disponer de videos que permitan entender a los clientes como son los procesos que se realizan en la empresa para evitar confusiones.

DEBILIDADES

- La situación económica actual podría perjudicar a la empresa de modo que no pueda invertir en la implementación de los videos de animación.
- El contenido de los videos podría no ser de interés para las personas.

AMENAZAS

- Debido a que las redes sociales no es una de las estrategias que más utiliza la empresa, es posible que los clientes al estar acostumbrados a aquello no se den cuenta de los videos de animación que se subirán constantemente en las mismas.
- Debido a que el contacto principal con los clientes es a través del correo electrónico, es posible que los clientes no se adapten a que la empresa les comunique las novedades o los cambios en los procesos para realizar el producto mediante el uso de videos de animación y prefieran seguir manteniendo el contacto actual.

2.5.3. Modelo CAPA

CORREGIR DEBILIDADES

- Mostrar los beneficios de los videos de animación a los directivos, de modo que puedan ver que estos son importantes y necesarios para la publicidad de la empresa, los cuales podrían ayudarlos a crecer y a su vez indicarles que este tipo de videos no requiere de mucho presupuesto.
- Generar contenido que sea útil, entretenido y dinámico para los videos de animación, no solo para los clientes y el personal que ya conocen acerca de la flexografía sino también contenido que pueda atraer a futuros clientes.

AFRONTAR AMENAZAS

- Sugerir a los directivos de la empresa que a través de correo electrónico también se envíen los videos de animación, sobre todo cuando se trata de videos que impliquen alguna novedad o cambios en el proceso de la elaboración del producto y a su vez motivar a los clientes a dirigirse a sus redes sociales para ver más contenido.
- Crear una necesidad en los clientes de ver los videos, ya sea haciendo que los mismos les resulten más atractivos o que vean que ciertos temas se entienden mucho mejor a través de este tipo de videos.

POTENCIAR FORTALEZAS

- Mostrar los beneficios de utilizar una video presentación a los directivos y a su vez mostrarles la aceptación que tienen los clientes de ella a través del número de visualizaciones del que disponen las redes sociales.
- Destacar de la competencia con contenido que posea características únicas de modo que a pesar de que estos videos sean populares, los videos de la empresa puedan destacar.
- Utilizar herramientas de las redes sociales que permitan obtener datos del alcance que están teniendo los videos en las personas.

- Tomar en cuenta aquellos temas que resultan más complicados tanto para los clientes como para el personal, de modo que se pueda elaborar un buen contenido informativo en los videos de animación.
- Aprovechar al máximo las redes sociales de las que dispone la empresa subiendo contenido constantemente, de modo que los actuales y futuros clientes se habitúen también a ellos y no solo al correo electrónico.

APROVECHAR OPORTUNIDADES

- Utilizar la video presentación animada de la empresa no solo en las redes sociales, sino también enviarla a los posibles clientes mediante correo electrónico o sugerir que se visualice cuando se contacten por llamada.
- Enviar los videos de capacitación al personal de la empresa mediante correo electrónicos y mostrarlos a través de talleres o capacitaciones.
- Los videos de animación tendrán contenidos que expliquen ciertos procesos al cliente de modo que no sea el diseñador el que deba de explicarle siempre acerca de ellos, por lo que se facilitaría su trabajo.
- Utilizar estos videos en aplicaciones que permitan incluir anuncios gratis o que no requieran mucho presupuesto de modo que la empresa sea mayormente reconocida.
- Utilizar videos de animación con contenidos que ayuden a los clientes a entender la mayoría de procesos que se realizan en la empresa, de modo que ellos puedan visualizarlos varias veces y así evitar que se generen confusiones al momento de solicitar el producto.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño y animación de videos publicitarios e informativos para la empresa Matriflexo S.A. de la ciudad de Guayaquil.

3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Diseñar videos publicitarios e informativos animados para las actuales y futuras redes sociales de la empresa Matriflexo S.A. de la ciudad de Guayaquil.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta está fundamentada en la creación de videos de animación publicitarios e informativos cuyo contenido podría contribuir al reconocimiento y crecimiento de la empresa Matriflexo S.A., debido a que el contenido será elaborado de modo que los temas que se presenten sean de gran utilidad para aportar al conocimiento tanto de la empresa y sus trabajadores como a los actuales y futuros clientes.

3.3.1. Estado inicial de proyecto

Actualmente no se han realizado pruebas del presente trabajo de investigación en la empresa Matriflexo S.A., debido a que es la primera que se les sugiere y aceptan la propuesta. Sin embargo, se tomaron en cuenta otros estudios e investigaciones que aportaron información de valor para obtener una idea previa del tema investigado.

3.3.2. Requerimientos de desarrollo

Entre los requerimientos necesarios para la elaboración del presente trabajo de investigación se encuentran los siguientes:

3.3.2.1. Requerimientos técnicos

Tabla 1. Requerimientos Técnicos

Ítem	Descripción	Cantidad
Computadora	<ul style="list-style-type: none">• PC de escritorio• Procesador Core i7	1

	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria RAM de 16 GB • Tarjeta Gráfica de 6 GB 	
Wacom	<ul style="list-style-type: none"> • Intuos S 	1
Browser	<ul style="list-style-type: none"> • Google Chrome • Mozilla Firefox 	1
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 20 Mbps 	6 meses
Paquete Adobe	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Illustrator • Adobe Photoshop • Adobe After Effects • Adobe Media Encoder 	6 meses
Viáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Alimentación 	6 meses
Respaldo de la nube	<ul style="list-style-type: none"> • Google Drive 	12 meses

Fuente: (Guerrero, 2021)

3.3.2.2. Requerimientos operativos

Tabla 2. Requerimientos Operativos

Cantidad	Descripción	Funciones
1	Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar investigaciones que permitan obtener la información necesaria para el diseño de los videos de animación. • Realizar análisis para definir los temas y tipos de contenido que se presentaran en los videos de animación. • Desarrollar la línea grafica que tendrán los videos de animación.

		<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar las ilustraciones que formaran parte de los videos de animación. • Diseñar los personajes que formaran parte de los videos de animación. • Editar las fotografías que formaran parte de los videos de animación. • Realizar la animación de las ilustraciones, personajes, texto, etc. • Exportar los videos de animación con el formato adecuado para las redes sociales.
--	--	--

Fuente: (Guerrero, 2021)

3.3.2.3. Requerimientos económicos

Tabla 3. Requerimientos Económicos

Ítem	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	<ul style="list-style-type: none"> • PC de escritorio • Procesador Core i7 • Memoria RAM de 16 GB • Tarjeta Gráfica de 6 GB 	1	\$1449.00	\$1449.00
Wacom	<ul style="list-style-type: none"> • Intuos S 	1	\$100.00	\$100.00
Browser	<ul style="list-style-type: none"> • Google Chrome • Mozilla Firefox 	1	Gratis	Gratis
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 20 Mbps 	6 meses	\$30.00	\$180.00
Paquete Adobe	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Illustrator 	6 meses	\$52.99	\$317.94

	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop • Adobe After Effects • Adobe Media Encoder 			
Respaldo de la nube	<ul style="list-style-type: none"> • Google Drive 	12 meses	\$2.00	\$12.00
Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador de los videos 	6 meses	\$300.00	\$300.00
Total				\$1933.99

Fuente: (Guerrero, 2021)

3.3.3. Planificación de desarrollo

Para la realización del presente trabajo de investigación fue necesaria la elaboración de un cronograma donde se detallan cada una de las fases que compone el proyecto para la realización de los videos animados y a su vez el cronograma permite tener una organización efectiva de los mismos.

Tabla 4. Planificación de desarrollo de la propuesta

Fase 1: Planteamiento de idea	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Estudio previo de los temas y el contenido de los videos.				
Esbozo de ideas para cada uno de los videos (brainstorming).				
Guiones técnicos de los videos.				
Búsqueda de recursos (imágenes, música, etc.) para los videos.				
Moodboard de los videos.				
Fase 2: Diseño de los videos	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8

Storyboard de los videos.				
Animatic de los videos.				
Style frames y design boards de los videos.				
Diseño de las animaciones en After Effects.				
Fase 3: Implementación	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Renderización de los videos.				
Análisis de las redes sociales apropiadas para los videos.				
Formatos de los videos.				
Mockup de los videos en redes sociales.				

Fuente: (Guerrero, 2021)

3.3.4. Fase 1: Planteamiento de Idea

3.3.4.1 Estudio previo de los temas y el contenido de los videos

Se realizó un análisis previo de los temas y el contenido de los videos para cumplir con el objetivo propuesto en el presente proyecto de investigación. Para ello fue necesario establecer no solo los temas sino también el orden en que los mismos deben de ser presentados a los futuros clientes. Los primeros temas propuestos fueron elaborados en base a lo planteado en la investigación, es decir, que las personas conozcan acerca de la flexografía y todo lo que ella implica mientras que los siguientes temas se plantearon para darle un mayor reconocimiento a la empresa Matriflexo S.A., por lo que estos temas se enfocan exclusivamente en que las personas conozcan a la empresa, su historia, las actividades que realizan, los servicios que ofrecen, entre otros temas importantes.

Debido a que se planeaba diseñar los videos con motion graphics, fue necesario investigar más a fondo sobre esta técnica para tener una base de cómo se elaboran este

tipo de videos, obteniendo así una guía que permitiría establecer como sería presentado posteriormente el contenido de los mismos.

3.3.4.2 Esbozo de ideas para cada uno de los videos (brainstorming)

Posterior a la obtención de los temas de los videos, se anotaron de forma individual en un bloc de notas las ideas de cómo podría ser presentado el contenido de los videos de animación de una forma creativa y fácilmente entendible para las personas. Las ideas se centraron desde cómo podría ser el estilo de las ilustraciones, el tipo de animación que tendrían cada una de ellas y el texto que las acompañaría hasta la forma en que la información podría ser expuesta de forma clara, concisa y puntual. Para ello se realizó un brainstorming o más conocido como lluvia de ideas que es una técnica que consiste en la aportación de ideas al azar relacionadas con un tema sin que estas se vean influenciadas por un orden o algún tipo de filtro en específico. Así mismo esto permitió tener una idea previa de la cantidad de escenas que podrían conformar los videos.

3.3.4.3 Guiones técnicos de los videos

Para la elaboración de un video es necesario establecer un guion técnico que permita tener una idea más clara de cómo podría ser presentado, es por ello que los guiones técnicos son un paso indispensable en la realización de videos y los videos de animación no son la excepción a esta regla. Existen diferentes tipos de guiones técnicos, unos más elaborados que otros o con una mayor cantidad de detalles, todo depende del tipo de trabajo audiovisual que se esté realizando y de su complejidad. En este caso en particular, el tipo de guion que se utilizó fue uno básico, pero con la información suficiente para elaborar cada una de las animaciones, además de que este tipo de videos resultan menos complejos de elaborar, debido a que no se requieren recursos como actores, escenarios físicos, cámaras, entre otros que hacen que los guiones técnicos deban ser más complejos y elaborados. Los guiones técnicos presentados en el **Anexo 12** cuentan con la siguiente información: tema, tiempo de duración, número de escena, descripción de escena, el texto que aparecerá pantalla (en caso de que lo haya) y el tiempo de duración de cada escena.

Es importante recalcar que los guiones técnicos son utilizados como una guía para realizar los videos y no como una regla, es decir que en general, los guiones técnicos se encuentran sujetos a constantes cambios en el transcurso del proyecto audiovisual, ya que habrá factores que al final no resultan beneficiosos para el video o y por lo tanto estos se

cambian u omiten, por lo que no es recomendable y necesario cumplir de forma estricta con el mismo, pues es en la etapa de la animación donde se definirá lo que verdaderamente le conviene a los videos para cumplir con los objetivos propuestos.

3.3.4.4 Búsqueda de recursos (imágenes, música, etc.) para los videos

La búsqueda de recursos para la realización de un video es uno de los pasos más importantes en un proyecto audiovisual, ya que es durante esta etapa que se obtiene todo lo necesario para el diseño del mismo. Para la realización de los videos de animación fue necesario buscar, sobre todo, una gran cantidad de referencias que fueran útiles para definir el estilo de diseño que tendrían las ilustraciones (línea gráfica), las tipografías que se utilizarían, la composición, la música de fondo y la forma en que se animan ese tipo de ilustraciones.

Hay una gran cantidad de páginas web que permiten buscar referencias siendo las más recomendadas y las utilizadas en el presente trabajo de investigación las siguientes: Behance, Dribbble, Pinterest y Google. Las referencias que se buscaron en estas páginas no solo fueron útiles para definir el estilo de las ilustraciones sino también para la búsqueda de fondos, estilos de tipografía y formas de composición.

Es importante recalcar que la música que se utiliza para los videos debe ser legal de modo que no inflija en los derechos de autor y por ende traiga consecuencias a la realización del proyecto, es por ello que al igual que con la búsqueda de imágenes existen páginas web que permiten obtener música gratuita para videos personales y comerciales, aunque en el segundo caso es necesaria la atribución al autor. Existen otras páginas donde se paga un precio razonable por adquirir las músicas para proyectos comerciales lo que evita el tener que realizar esta atribución. Para obtener las músicas de los videos de animación se utilizó fiftysounds, una página web que permite conseguir música sin Copyright para proyectos personales y con atribución para proyectos comerciales.

3.3.4.5 Moodboard de los videos

El moodboard consiste en agrupar, a modo de collage, todas las referencias obtenidas (imágenes, tipografía, paleta de colores, etc.), de modo que estas se encuentren organizadas y nos permitan obtener una guía visual para el proyecto a realizar, es una herramienta que resulta verdaderamente útil en la elaboración de videos ya que permite tener una base sobre la cual asentar todas las ideas que se tienen al respecto de un modo visual y no solo escrito. En el presente trabajo de investigación, las referencias obtenidas

anteriormente fueron organizadas y agrupadas en un collage para cada uno de los videos y así poder tener una guía que permitiera definir la línea gráfica que tendrían. **(Anexo 13)**

Es importante añadir que los moodboard se deben utilizar únicamente como guía y referencia para el trabajo a realizar y no para plagiar el trabajo que han realizado otras personas.

3.3.5. Fase 2: Desarrollo de los videos

3.3.5.1 Storyboard de los videos

Un storyboard consiste en narrar una historia a través de un conjunto de imágenes, es decir que son bocetos del proyecto a realizar, ya sea que se trate de una ilustración, una fotografía, un video, etc. Al igual que los guiones técnicos, los storyboards permiten tener una idea más clara de aquello que se desea realizar y también están sujetos a cambios en el transcurso de la realización del proyecto. Estos pueden ser muy detallados o con poco detalle de acuerdo a la solicitud del cliente para quien se realiza, puesto que habrá quienes deseen que el storyboard sea tal cual como será el proyecto final mientras que otros prefieran solo tener una idea en general. En el caso de los videos de animación se le debe indicar al cliente que no es necesario que el storyboard sea muy detallado puesto que es preferible invertir ese tiempo y recursos en la etapa de los style frames, sin embargo, como se mencionó anteriormente, todo dependerá del cliente.

Para el presente trabajo de investigación se realizó el storyboard de cada uno de los videos utilizando una aplicación para computadora llamada Storyboarder, la cual es una app gratuita que permite que la creación de storyboards resulte menos compleja, pues ahorra al usuario el tener que crear cada una de las viñetas, sus especificaciones y el hecho de tener que organizarlas de una manera estética en programas como Photoshop o Illustrator para presentarlas al cliente. La aplicación funciona de manera sencilla, solo se debe de crear cada escena y en el cuadro de diálogo que aparece indicar el tiempo de duración, la acción que se va realizar, el texto que aparecerá en pantalla o el texto que se narrará en cada escena. También se pueden añadir notas e inclusive audio, sea este una música o grabarlo. La aplicación también permite posteriormente realizar la animación del storyboard y al momento de exportar automáticamente organiza toda la información sin tener que hacerlo en otro programa. **(Anexo 14)**

3.3.5.2 Animatic de los videos

Un animatic es básicamente un storyboard animado y se utiliza para medir los tiempos de animación de cada escena, planear los diferentes movimientos de cámara (en casa de que los haya) y sincronizar la música o la voz en off de los videos. Es en esta etapa donde se puede analizar si el tiempo de duración es factible tanto para la animación de cada escena en si como para la lectura de los textos que se presenten, así mismo se puede examinar si la música elegida para los videos es la adecuada y va acorde a lo presentado en los mismos. Si toda la información presentada resulta funcional en el animatic, lo más probable es que también lo haga en los videos finales, lo mismo ocurriría en el caso contrario. Al igual que el guion técnico y el storyboard, el animatic también se encuentra sujeto a cambios en el transcurso de la realización del proyecto.

El animatic resulta útil tanto para el diseñador como para el cliente, el cual debe de aprobar cada una de las etapas mencionadas anteriormente para evitar futuros problemas en el proyecto final.

En el presente proyecto de investigación se realizaron los animatics de cada uno de los videos con la aplicación mencionada anteriormente, Storyboarder, la cual incluye una línea de tiempo que permite reproducir el video antes de exportarlo, de modo que se pueda realizar cualquier cambio. Durante esta etapa se pudo evidenciar que el tiempo establecido para cada una de las escenas era factible, ya que los textos se podían leer normalmente y la música escogida para los videos resultaba factible.

3.3.5.3 Style frames y design boards de los videos

Los style frames son los frames del video final, es en esta etapa donde se presentan cada una de las escenas que formaran parte de los videos, a color y con el estilo final (línea gráfica) que llevara cada uno de ellos. Los style frames hacen que el cliente obtenga una idea completamente clara de cómo será el trabajo final del diseñador, de modo que, una vez aprobada esta etapa, el diseñador puede proceder a realizar la animación respectiva.

El design board consiste en presentar de manera organizada y estética cada uno de los style frames que conforman el o los videos de animación, esto a fin de que se pueda visualizar la línea gráfica de los mismos y el resultado final que tendrán los mismos antes de finalmente pasar a la etapa de animación. Luego de que se diseñaron los style frames de los videos acorde a las etapas anteriores y con los cambios respectivos se procedió a

realizar los design board de modo que se pudo obtener una previsualización final de los mismos y los cuales fueron aprobados por el tutor docente. **(Anexo 18)**

Lo más recomendable es que durante esta etapa ya no haya cambios, sin embargo, aquello dependerá del cliente y del diseñador, en caso de que los haya se recomienda que estos deben ser mínimos y no deben interferir con la línea gráfica ya establecida, puesto que aquello implicaría el tener que realizar los mismos cambios en todas las etapas anteriores, de modo que habría que realizar el trabajo de nuevo. Es por ello que es importante que cada una de las etapas por las que tienen que pasar los videos de animación sean aprobadas por el cliente, lo que evitará que ocurra lo mencionado anteriormente.

La tipografía seleccionada para los videos de animación se encuentra en el **Anexo 15**. Los colores elegidos para los videos se basaron en una armonía de color para darle mayor efectividad al diseño **(Anexo 16)** puesto que la misma es de suma importancia en el diseño gráfico, posteriormente se seleccionaron los colores que formarían parte de los videos de animación. **(Anexo 17)**

3.3.5.4 Diseño de las animaciones en After Effects

After Effects es uno de los mejores programas que hay en el mercado para realizar animaciones, puesto que tiene todas las herramientas útiles y necesarias para hacer videos. Para realizar las animaciones de los videos fue necesario organizar cada uno de los style frames, puesto que al ser realizados en Illustrator, deben de tenerse ciertas consideraciones para poder realizar la animación respectiva en after effects.

Primero hay que recalcar que cuando se realizan las ilustraciones en formato ai, estas siempre deben ser diseñadas pensando en que las mismas se van a animar, es decir que los vectores que las conforman deben ser agrupados adecuadamente, de modo que el programa de after effects reconozca aquellos objetos que se quieren animar independientemente, es por ello que, por ejemplo, al realizar la ilustración de uno de los personajes que iba a ser animado, fue necesario agrupar cada una de sus partes de manera independiente (rostro, brazos, ojos, etc.) y en capas diferentes, de modo que al importar el archivo en after effects se pudiera animar cada una de estas partes individualmente, puesto que cada capa de illustrator es importada como una sola imagen en el programa.

Una vez organizados los style frames en illustrator, estos fueron importados a After Effects donde también se organizaron en carpetas respectivas para tener un orden, puesto que este es un factor muy importante cuando se realizan este tipo de proyectos para así

evitar confusiones que interfirieran en su realización. Luego de realizar aquello se procedió a realizar las respectivas animaciones de acuerdo a lo descrito en los guiones técnicos y realizando cambios únicamente si era necesario. **(Anexo 19)**

3.3.6. Fase 3: Implementación

3.3.6.1 Renderización de los videos

Uno de los formatos más recomendados y utilizados para videos es el H264 debido a su debido a su eficacia en cuanto a comprensión se refiere, sin embargo, los videos no pueden ser exportados directamente en este formato en After Effects por lo que es necesario utilizar el programa de Media Encoder el cual es un programa de codificación de video. Luego de la realización de los videos de animación, se procedió a exportarlos desde After Effects al programa de Media Encoder, lo cual se puede realizar en las opciones de exportación del programa.

After Effects también brinda una gran variedad de opciones para exportar los videos de animación de acuerdo al uso que se le vayan a dar, es decir que se puede especificar que los videos serán exportados específicamente para las redes sociales como Facebook e Instagram.

3.3.6.2 Análisis de las redes sociales apropiadas para los videos

La empresa dispone de redes sociales como Facebook e Instagram, por lo que sería recomendable que los videos de animación sean presentados en estas plataformas tanto para los clientes actuales como para los futuros clientes, sin embargo, uno de los medios más utilizados por la empresa es el correo electrónico, y dado que no es recomendable enviar videos por correo debido a su peso, se podría considerar el enviar un enlace que lleve a los mismos incluido en los correos donde se le indique al cliente que allí puede obtener más información y a su vez se aumentaría el tráfico a las redes sociales de la empresa, puesto que las mismas no son utilizadas con frecuencia a pesar de su importancia. También se podría considerar utilizar la plataforma de YouTube para que la empresa tenga un mayor alcance.

3.3.6.3 Formatos de los videos

Como se indicó anteriormente, los videos fueron exportados en el formato H264, sin embargo, los videos de animación resultan ser muy pesados para compartirlos a través de diferentes medios ya que tardan en cargar, por lo que fue necesario volver a exportarlos

mediante el uso de un programa que permitiera disminuir su peso sin perder la calidad de los mismos.

Uno de los programas más utilizados para lograr aquello es el HandBrake el cual es muy fácil de utilizar y al igual que Media Encoder es muy útil para exportar archivos de video, se encuentra disponible de manera gratuita en Google.

3.3.6.4 Mockup de los videos en redes sociales

Los mockups (maquetas) son indispensables en cualquier proyecto de diseño, ya que permiten realizar una demostración mucho más cercana a lo que el cliente desea, es decir que él puede visualizar como se vería su proyecto en determinado medio, es por ello que se realizó tres mockups de los videos para que el cliente pueda visualizar como se verían los videos de animación en la plataforma de YouTube, Facebook e Instagram.

3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.4.1. Factibilidad administrativa

El gerente de la empresa reconoce la importancia de los videos de animación para promocionar una empresa, ya que el trabajo en aquella área durante algunos años, es por ello que cuando se le sugirió la posibilidad de realizar videos que promocionasen a la empresa durante la entrevista se mostró de acuerdo e inclusive sugirió nuevas ideas con respecto a cómo se podrían usar estos videos, siendo una de las sugerencia la posibilidad de utilizarlos también como parte de las capacitaciones que se realizan al personal. El personal de la empresa también se mostró positivo con respecto a la posible realización de videos publicitarios e informativos para aportar al crecimiento de la empresa.

Los procesos administrativos de la empresa no se verán modificados de ningún modo por la realización de los videos, al contrario, podrían ser un gran aporte para que la empresa sea mayormente reconocida, atrayendo así a nuevos clientes. El uso de los videos tampoco influirá en los procesos de elaboración de las planchas fotopolímeras ya que lo que buscan es aportar a su utilización en las empresas.

3.4.2. Factibilidad económica

A diferencia de otro tipo de videos, los videos de animación no requieren de un presupuesto elevado, puesto que no se requieren actores, cámaras, lugares u objetos físicos para formar los escenarios en los cuales se deba invertir económicamente.

Debido a que la empresa posee un área completa de diseño gráfico por el tipo de actividad que realizan, no será necesaria la adquisición de una computadora especializada para diseño ya que tienen varias de ellas y por ende tampoco se requerirá comprar los softwares mencionados anteriormente para la realización de los videos de animación.

En caso de que la propuesta fuese aceptada, cuando el plazo establecido en la misma finalmente culmine, la empresa no deberá preocuparse por contratar a un nuevo diseñador, puesto que cuentan con varios diseñadores gráficos que podrían seguir generando contenido para nuevos videos cuya base sería la investigación y línea gráfica propuesta en el presente proyecto, de modo que no tendrían que empezar completamente desde cero.

Los videos de animación pueden ser fácilmente compartidos en las redes sociales de las que ya dispone la empresa por lo que la empresa tampoco tendría que invertir ni en otros medios como la televisión para darse a conocer, ni en una página web para compartir los videos, puesto que ya poseen una.

3.4.3. Factibilidad legal

El presente proyecto de investigación no transgrede ninguna ley nacional. Las investigaciones realizadas para el mismo sirvieron únicamente como guía para plantear la información la cual a su vez, en las partes correspondientes, fue debidamente referenciada. Con respecto a la parte práctica, esta es completamente de autoría propia del diseñador. La información teórica de los videos y las fotografías fueron concedidas por la empresa y se realizó un marco jurídico donde se detallan cada una de las leyes con las que cumple el presente trabajo de investigación. La música de los videos fue obtenida de manera completamente legal de una página web que ofrece música sin Copyright y puesto que el proyecto actualmente es de índole personal no se requirió atribuir reconocimiento al autor de las mismas.

3.4.4. Factibilidad ecológica

Los videos de animación no requieren de medios impresos para su exposición como los afiches, las volantes o los catálogos, por lo que no representan un impacto negativo para el medio ambiente, a su vez se tomó en consideración el tema ecológico en uno de los videos donde se presenta a la empresa como una institución comprometida con el medio ambiente, lo que la beneficiaría para atraer a aquellos clientes que son

plenamente conscientes del impacto negativo que producen algunas industrias y que desean formar parte de la solución y no del problema.

3.5. FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA

Una de los métodos expuestos para darle el respectivo seguimiento a la propuesta y para mantener actualizados los datos presentados, es el de sugerir el planteamiento de un calendario para que los videos sean publicados en días establecidos, de modo que el plazo inicial de tres meses pueda ser extendido, puesto que los videos serían presentados gradualmente, esto a su vez permitiría evaluar el impacto que tendrían los mismos en los actuales clientes y evaluar la cantidad de clientes nuevos que conocerían a la empresa mediante estos videos, también se podría evaluar el número de visitas que tendrían y si los clientes actuales se adaptan a ellos fácilmente o consideran que les resultan más beneficiosos. Las herramientas de análisis que poseen las distintas redes sociales con respecto a estos temas, también podrían de gran aporte para obtener todos los datos mencionados anteriormente. Una vez que se obtengan estos datos se realizarían las respectivas consideraciones para actualizar, cambiar u omitir información en los videos de animación de modo que aquellos factores que resulten negativos en los mismos puedan ser corregidos inmediatamente y así poder mantener fidelizados a los actuales y futuros clientes.

3.6. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

Se espera que posterior al desarrollo del presente trabajo de investigación la empresa considere la posibilidad de aceptar la propuesta de implementar los videos publicitarios e informativos presentados en el proyecto como parte de sus estrategias de marketing en sus redes sociales, a fin de aportar a su reconocimiento y por ende a su crecimiento económico, lo que resultaría beneficioso para que también aporte al desarrollo económico del país generando mayores impuestos que sean utilizados en beneficio de la sociedad y a su vez que genere más empleos y no se vean obligados a realizar reducciones de personal debido a la situación económica que actualmente presenta el país. Una vez que los videos sean expuestos se espera cumplir con los objetivos planteados con respecto al poco conocimiento que tienen las personas acerca de la flexografía y cuán importante es que esta técnica sea mayormente conocida.

El presente proyecto de investigación también tiene como objetivo ser una guía para todas aquellas personas o empresas que deseen conocer acerca de los videos de animación y la forma en que los mismos deben ser creados e implementados en los medios digitales, de modo que tengan una base sobre la cual acentuar sus ideas y propuestas.

Finalmente otro de los resultados esperados del presente trabajo es fomentar el conocimiento de las diferentes técnicas de impresión que rigen actualmente en el área de diseño gráfico, como la flexografía, en las instituciones educativas que dictan la carrera de diseño gráfico, de modo que se planteen la idea de impartir conocimientos más profundos con respecto a este tipo de técnicas para que los estudiantes no solo conozcan la forma de realizar sus diseños sino que también conozcan los medios impresos disponibles en la actualidad para presentarlos, lo que será útil tanto para ellos como para sus futuros clientes, puesto que varios trabajadores de la empresa manifestaron que en el país no hay instituciones educativas que impartan este tipo de conocimientos a mayor profundidad, siendo la flexografía una de las técnicas menos conocidas a pesar de su gran importancia.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el presente trabajo de investigación se puede concluir que el uso de videos de animación publicitarios e informativos como parte de las estrategias de publicidad y marketing de una marca o empresa es de suma importancia actualmente, ya que resultan una herramienta verdaderamente útil para aportar información a los usuarios sobre la actividad y los servicios que se ofrecen en una empresa de una manera diferente, innovadora y atractiva para el usuario. La historia que se narra, el tipo de música que se utiliza, los personajes que intervienen, entre otros factores hacen que la marca sea mayormente reconocida y recordada por los clientes.

La flexografía es una de las técnicas menos reconocidas en el país, a pesar de que es debido a este sistema de impresión que se obtienen la mayoría de los empaques, son pocas las personas que conocen acerca de esta técnica y su importancia en la sociedad, por lo que los videos de animación donde se explican cuestiones acerca de la flexografía podrían ser de gran aporte para que la empresa atraiga nuevos clientes y mantenga fidelizados a los actuales.

La elaboración de videos animados es un proceso complejo que requiere de una serie de etapas para su realización, no se trata elementos dispuestos alzar en una pantalla sin objetivos específicos, sino de un proceso completo de investigación y análisis para buscar la mejor forma de transmitir un mensaje correctamente, de modo que el diseñador, el solicitante de los videos y sus clientes queden satisfechos con el trabajo y la información recibida.

La animación ha evolucionado y seguirá evolucionando en el transcurso de los años, cada cierto tiempo surgen nuevos estilos de animación, nuevos programas y nuevas tecnologías que hacen de este proceso algo único, las personas tienden a decidirse más por una animación que por una imagen, quizás porque la animación resulta una copia más fiel de realidad que se quiere representar.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que la empresa publique los videos de animación en distintos medios digitales cada 15 días de modo que se pueda evaluar la influencia de los mismos en los espectadores y evitar que la creación de contenido deba hacerse constantemente y rápidamente.

No se recomienda que la empresa o las personas que utilicen el presente trabajo de investigación como guía para realizar las animaciones se salte cualquiera de las etapas mencionadas para la correcta elaboración de los videos, puesto que como se mencionó anteriormente cada una de estas etapas es de suma importancia tanto para el diseñador como para el cliente y los futuros espectadores de los videos.

Es recomendable que las instituciones educativas que enseñan la carrera de diseño gráfico impartan más conocimientos acerca de las diferentes técnicas de impresión que los estudiantes pueden utilizar para sus trabajos, de modo que tengan mayores ventajas en el ámbito profesional.

Si bien es importante que las personas conozcan acerca de la flexografía, es recomendable que, sobre todo, los diseñadores gráficos que desean dedicarse al packaging conozcan definitivamente sobre ella.

Finalmente se recomienda el uso de los cuatro primeros videos de animación que hablan acerca de la flexografía como material de estudio para los profesores y estudiantes del instituto, de modo que puedan aprender sobre este sistema de impresión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bembibre, V. (2008). *Definición de Diseño Gráfico* . Obtenido de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/disenio-grafico-2.php>
- Bustos, G. (2012). *Teorías del diseño gráfico* . Obtenido de Repositorio Dspace: <http://uprid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1978>
- Carpio, P. (2019). *La visualización de datos a través del motion graphics y el storytelling*. Obtenido de tsantsa:
<https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/tsantsa/article/view/2910>
- Carranza, A. (2021). *¿Qué es motion graphics? ¡Dale vida a tus ideas!* Obtenido de Crehana:
<https://www.crehana.com/ec/blog/animacion-3d/que-es-motion-graphics/>
- Chaves, N. (2006). *Qué era, qué es y qué no es el diseño*. Obtenido de Universidad de Palermo:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=13&id_articulo=5174
- Costa, J. (2014). *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. grafica.*
- Díez, N. (2018). *Estudio de la técnica Motion Graphics en los videoclips actuales*. Obtenido de Repositorio Institucional UPV:
<https://riunet.upv.es/handle/10251/110290?show=full>
- Duran, J. (2016). *El cine de animación estadounidense.*
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista* . Obtenido de Core:
<https://core.ac.uk/download/pdf/43554789.pdf>
- Hernández , S., Fernández , C., & Baptista , L. (2014). *Alcance de la investigación* . Obtenido de UAEM:
http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2792/510_06_color.pdf?sequence=1
- Hurtado, L., & Cuéllar, C. (2018). *El tratamiento multilingüismo en traducción audiovisual: el caso del cine de animación infantil y juvenil* . Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/336770826_El_tratamiento_del_multil

inguismo_en_traducccion_audiovisual_el_caso_del_cine_de_animacion_infantil_y_juvenil_The_treatment_of_multilingualism_in_audiovisual_translation_the_case_of_animated_films_for_

Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño. (1997). *En defensa del método histórico-lógico desde la Lógica como ciencia*. Obtenido de scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142020000200016#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20de%20an%C3%A1lisis%20hist%C3%B3rico,15).

Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*.

Martin, E. (2021). *Conoce qué es un fotograma y cómo están hechas las películas*. Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/ec/blog/video/que-es-un-fotograma/>

Meggs, P., & Purvis, A. (2009). *Historia del diseño gráfico*. RM VERLAG.

Mejía, E. (2017). *El mercado de la Flexografía en Latinoamérica*. Obtenido de El Salvador Coyuntura Económica: <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/coyunec/article/view/423>

Oleas, J. (2017). *Animación ecuatoriana: Orígenes y Futuro*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Jose-Oleas-Orozco-2/publication/333746422_ANIMACION_ECUATORIANA_ORIGENES_Y_FUTURO_ECUADORIAN_ANIMATION_ORIGINS_AND_THE_FUTURE/links/5d01c806299bf13a385113f0/ANIMACION-ECUATORIANA-ORIGENES-Y-FUTURO-ECUADORIAN-ANIMATION-

Ortega, A. (2018). *Enfoques de investigación*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf

Pernaz, R. (2020). *Esta es la Historia de la Animación que no encontrarás ni en Wikipedia*. Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/ec/blog/animacion-3d/historia-de-la-animacion-que-no-encontraras-ni-en-wikipedia/>

RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/fotograma>

- Raisen , J. (2017). *Cómo las empresas usan la animación para el marketing*. Obtenido de Powtoon The Visual Communication Platform: <https://www.powtoon.com/es/blog/las-empresas-utilizan-la-comercializaci%C3%B3n-de-la-animaci%C3%B3n/>
- Rojas, M. (2015). *Tipos de investigación científica: Una simplificación de la complicada e incoherente nomenclatura y clasificación* . Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Sánchez, J. (2020). *La imaginación tangible*.
- Significados. (2019). *Significado de Método deductivo*. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/metodo-deductivo/>
- SIMBOLÍZATE. (s.f.). *Animación publicitaria y tipos de animación* . Obtenido de SIMBOLÍZATE.
- Simbolízate ingenio creativo . (2020). *Animación publicitaria y tipos de animación* . Obtenido de Simbolízate ingenio creativo: <https://simbolizate.com/animacion-publicitaria-y-tipos-de-animacion/>
- Tapia, A. (2014). *Hacia una definición del diseño gráfico*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/141713466/Haci-a-une-definicion-del-Disen-o-Gra-fico-pdf>
- Vázquez, J. (2017). *El método inductivo-deductivo*. Obtenido de D'economía Blog: <http://www.deconomiablog.com/2017/09/el-metodo-inductivo-deductivo.html>
- Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A., & Amador, G. (2014). *Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo* . Obtenido de CORE: <https://core.ac.uk/reader/236413540>
- Velduque, M. (2011). *Introducción a los sistemas de impresión en las artes gráficas* . *Revista de Claseshistoria*.
- Vidales, M. (1998). *Antología flexográfica*.
- Viu Universidad Internacional de Valencia . (2018). *¿Qué es la observación no participante y qué usos tiene?* Obtenido de Viu Universidad Internacional de Valencia : <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-la-observacion-no-participante-y-que-usos-tiene>

Zulueta, M. (2015). *Diseño gráfico y arte Hacia una historia integrada*. Obtenido de Tesis Doctorals en Xarxa: https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/368195/Tesi_Maider_Zulueta.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA

Guayaquil, 6 de octubre del 2021

Ingeniero,

Ing. Cristhian Cordero

JEFE DEL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.

De mi consideración:

Permitame expresar un saludo cordial y a la vez desearle los mejores éxitos en sus funciones.

Yo Dayana Karen Guerrero Bermeo con C.I. 0931449805 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial de la ciudad de Guayaquil me encuentro realizando la Tesis para mi grado con el tema DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. Por lo que solicito muy gentilmente se me ayude proporcionando información y/o documentación digital, física y fotográfica; esto me servirá de sustento para la elaboración de mi tesis.

Con sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

Dayana Guerrero B.

C.I. 0931449805



MATRIFLEXO S.A.
CRISTHIAN CORDERO

ANEXO 2. FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN			
DATOS INFORMATIVOS:			
EMPRESA: Matriflexo S.A.			
NOMBRE DEL GERENTE: Jorge Luis Cordero			
INVESTIGADOR: Dayana Karen Guerrero Bermeo			
OBJETIVO: Obtener datos relevantes que aporten al trabajo de investigación			
N	Información observada	CATEGORÍA	
		SÍ	NO
1	La empresa cuenta con una misión, visión y valores corporativos definidos	X	
2	La empresa cuenta con un logotipo	X	
3	La empresa cuenta con una video presentación animada		X
4	La empresa cuenta con redes sociales	X	
5	La empresa cuenta con estrategias definidas de marketing	X	
6	La empresa cuenta con videos animados como parte de sus estrategias de marketing		X
7	La empresa utiliza videos en sus redes sociales		X

ANEXO 3. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DEL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.



ENTREVISTA

Dirigida al jefe del área de diseño gráfico de la empresa Matriflexo S.A. con el objetivo de obtener datos relevantes que aporten al presente trabajo de investigación.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha:

Nombre del entrevistado:

PREGUNTAS:

- 1. ¿Considera usted que las personas conocen acerca de la flexografía?**
- 2. ¿Cómo cree usted que las personas podrían conocer más de la flexografía?**
- 3. ¿Cuáles son los beneficios de la flexografía en comparación a otras técnicas de impresión?**
- 4. ¿Cuáles son las estrategias de publicidad y marketing que actualmente utiliza la empresa en sus redes sociales?**
- 5. ¿Cree usted que es necesario añadir nuevas estrategias de publicidad y marketing en las redes sociales de la empresa como el uso de videos?**
- 6. ¿Conoce usted acerca del uso de videos de animación en las empresas para ofrecer sus productos y servicios?**
- 7. ¿Conoce cuáles son los beneficios de utilizar videos de animación como parte de las estrategias de publicidad y marketing de una empresa?**
- 8. ¿Cree usted que el uso de videos de animación publicitarios e informativos en las redes sociales de la empresa podrían ser de utilidad para atraer nuevos clientes y mantener fidelizados a los actuales?**

- 9. ¿Qué opina usted acerca de utilizar una video presentación animada de la empresa?**

- 10. ¿Cree usted que el uso de videos de animación que muestren como son los procesos que se realizan en la empresa para elaborar el producto podría ser beneficioso tanto para la empresa como para el cliente?**

ANEXO 4. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNO DE LOS DISEÑADORES GRÁFICOS DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.



ENTREVISTA

Dirigida a uno de los diseñadores gráficos de la empresa Matriflexo S.A. con el objetivo de obtener datos relevantes que aporten al presente trabajo de investigación.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha:

Nombre del entrevistado:

PREGUNTAS:

- 1. ¿Conocía usted acerca de la flexografía antes de trabajar en la empresa?**
- 2. ¿Cree usted que las personas conocen acerca de la flexografía?**
- 3. ¿Cómo cree usted que las personas podrían conocer más de la flexografía?**
- 4. ¿Qué opina usted acerca del uso de videos de animación para ofrecer los productos y servicios de una empresa?**
- 5. ¿Cree usted que el uso de videos de animación publicitarios e informativos en las redes sociales de la empresa Matriflexo S.A. podría ser de utilidad para atraer nuevos clientes y mantener fidelizados a los actuales?**
- 6. ¿Qué opina acerca de utilizar videos de animación dinámicos y entretenidos para ofrecer los servicios y productos de la empresa?**
- 7. ¿Cree usted que el uso de videos de animación que muestren como son los procesos que se realizan en la empresa para elaborar el producto podría facilitar su trabajo?**

**ANEXO 5. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNO DE LOS
CLIENTES DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.**



ENTREVISTA

Dirigida a uno de los clientes de la empresa Matriflexo S.A. con el objetivo de obtener datos relevantes que aporten al presente trabajo de investigación.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha:

Nombre del entrevistado:

PREGUNTAS:

1. **¿Considera usted que las personas conocen acerca de la flexografía?
Explique detalladamente.**
2. **¿Cómo conoció a la empresa Matriflexo S.A.?**
3. **¿Cuáles son los beneficios que ofrece la flexografía en comparación a otras técnicas de impresión? ¿Por qué eligió esta técnica para su empresa?**
4. **¿Qué opina usted acerca de que la empresa Matriflexo S.A. utilice videos en sus redes sociales que expliquen detalladamente los servicios y productos que ofrece?**
5. **¿Qué temas podría usted considerar que son necesarios explicar mediante videos para facilitarle el trabajo al momento de que requiera los servicios de la empresa? Explique detalladamente.**

ANEXO 6. FORMATO DE LA ENCUESTA



ENCUESTA

Dirigida a un grupo seleccionado de 164 personas de la ciudad de Guayaquil.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha:

PREGUNTAS:

1. ¿Conoce que es la flexografía?

Si

No

2. ¿Sabía usted que la flexografía es muy importante dentro del packaging (empaquete de productos)?

Si

No

3. ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es mejor para ofrecer un producto o servicio?

Una imagen publicitaria

Un video publicitario

Otros

4. ¿Conoce que es una animación publicitaria?

Sí

No

Tal vez

5. ¿Qué opción prefiere al momento de ver la publicidad de un producto o servicio?

- Una imagen publicitaria
- Un video publicitario
- Otros

6. ¿Qué opción cree usted que es más adecuada para conocer algún tema nuevo?

- Una imagen publicitaria
- Un video publicitario
- Otros

7. ¿Considera usted que los videos animados que promocionan productos o servicios son innovadores, entretenidos y dinámicos?

- Sí
- No

8. ¿Sabía usted que el uso de videos animados para ofrecer productos o servicios es muy importante actualmente?

- Sí
- No

9. ¿Sabía usted que el uso de videos en la publicidad facilita la comprensión de conceptos complejos?

- Sí
- No

10. ¿Sabía usted que el uso de videos animados en la publicidad facilita que las personas recuerden una marca?

- Sí
- No

ANEXO 7. TAMAÑO DE LA MUESTRA



The image shows a web browser window with the URL `es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/`. The page title is "Calcula el tamaño de la muestra". It features three input fields: "Tamaño de la población" with the value 398,077, "Nivel de confianza (%)" with a dropdown menu set to 80, and "Margen de error (%)" with the value .5. Below these fields, the text "Tamaño de la muestra" is followed by the large green number "164".

Input	Value
Tamaño de la población	398,077
Nivel de confianza (%)	80
Margen de error (%)	.5
Tamaño de la muestra	164

ANEXO 8. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA AL JEFE DEL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.



ENTREVISTA

Dirigida al jefe del área de diseño gráfico de la empresa Matriflexo S.A. con el objetivo de obtener datos relevantes que aporten al presente trabajo de investigación.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha: 12/05/2021

Nombre del entrevistado: Cristhian Cordero

PREGUNTAS:

1. ¿Considera usted que las personas conocen acerca de la flexografía?

Respuesta: Si, los que vivimos de esto o estamos empapados del tema flexográfico. No, la persona que va al supermercado no sabe cómo es el proceso de impresión del empaque que está llevando.

2. ¿Cómo cree usted que las personas podrían conocer más de la flexografía?

Respuesta: Con anuncios por medio de una buena publicidad en redes sociales o también las universidades.

3. ¿Cuáles son los beneficios de la flexografía en comparación a otras técnicas de impresión?

Respuesta:

- Costos
- Velocidad
- Gama de colores
- Calidad

4. ¿Cuáles son las estrategias de publicidad y marketing que actualmente utiliza la empresa en sus redes sociales?

Respuesta:

- Redes sociales (muy poco)
- Brochure

5. ¿Cree usted que es necesario añadir nuevas estrategias de publicidad y marketing en las redes sociales de la empresa como el uso de videos?

Respuesta: Si, podría ayudar un video más explícito para la persona común.

6. ¿Conoce usted acerca del uso de videos de animación en las empresas para ofrecer sus productos y servicios?

Respuesta: Si, trabaje en ello años atrás.

7. ¿Conoce cuáles son los beneficios de utilizar videos de animación como parte de las estrategias de publicidad y marketing de una empresa?

Respuesta: Pueden ser más atractivos y explicativos a las personas, además son más económicos de realizar.

8. ¿Cree usted que el uso de videos de animación publicitarios e informativos en las redes sociales de la empresa podrían ser de utilidad para atraer nuevos clientes y mantener fidelizados a los actuales?

Respuesta: Si, podrían ayudar para nuevos clientes y según su contenido hasta los actuales.

9. ¿Qué opina usted acerca de utilizar una video presentación animada de la empresa?

Respuesta: Estoy a favor de realizarlos y lo bueno sería es hacer algunos ya que existen varios temas, los cuales pueden hasta servir para capacitaciones a nuestros clientes.

10. ¿Cree usted que el uso de videos de animación que muestren como son cada uno de los procesos que se realizan en la empresa para elaborar el producto podría ser beneficioso tanto para la empresa como para el cliente?

Respuesta: Si, pueden servir hasta para capacitar a nuestro personal.

ANEXO 9. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA A UNO DE LOS DISEÑADORES GRÁFICOS DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.



ENTREVISTA

Dirigida a uno de los diseñadores gráficos de la empresa Matriflexo S.A. con el objetivo de obtener datos relevantes que aporten al presente trabajo de investigación.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha: 11/05/2021

Nombre del entrevistado: Jhon Jairo Quintana García

PREGUNTAS:

1. ¿Conocía usted acerca de la flexografía antes de trabajar en la empresa?

Respuesta: No

2. ¿Cree usted que las personas conocen acerca de la flexografía?

Respuesta: No, considero que es una rama que no se ha explotado tanto, y a eso atribuyo la falta de conocimiento.

3. ¿Cómo cree usted que las personas podrían conocer más de la flexografía?

Respuesta: Pienso que, a través herramientas publicitarias, dirigidas a un público selecto.

4. ¿Qué opina usted acerca del uso de videos de animación para ofrecer los productos y servicios de una empresa?

Respuesta: Según estudios el aprendizaje visual tiende a tener un buen impacto sobre el individuo, es más rápido, lógico y nos ayuda a organizar más rápido las ideas, aparte de no tener barreras en cuanto al idioma. Creo que sería una muy buena herramienta publicitaria ya que simplifica la explicación a los procesos que tiene la flexografía.

5. **¿Cree usted que el uso de videos de animación publicitarios e informativos en las redes sociales de la empresa Matriflexo S.A. podría ser de utilidad para atraer nuevos clientes y mantener fidelizados a los actuales?**

Respuesta: En efecto, causan impactos significativos en una era globalizada por el uso de internet y redes sociales.

6. **¿Qué opina acerca de utilizar videos de animación dinámicos y entretenidos para ofrecer los servicios y productos de la empresa?**

Respuesta: Pienso que llamarían un poco más la atención de posibles clientes potenciales.

7. **¿Cree usted que el uso de videos de animación que muestren como son los procesos que se realizan en la empresa para elaborar el producto podría facilitar su trabajo?**

Respuesta: Pienso que sí podrían ayudar a simplificar la información y ésta sea puntual al momento de recibir los requerimientos del cliente.

ANEXO 10. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA A UNO DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A.



ENTREVISTA

Dirigida a uno de los clientes de la empresa Matriflexo S.A. con el objetivo de obtener datos relevantes que aporten al presente trabajo de investigación.

TEMA: “DISEÑO DE ANIMACIONES PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS PARA LA EMPRESA MATRIFLEXO S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha: 30/07/2021

Nombre del entrevistado: Karina Irene Bajaña Quezada

PREGUNTAS:

- 1. ¿Considera usted que las personas conocen acerca de la flexografía?**

Respuesta: Considero que la flexografía no es muy conocida en nuestro país.

- 2. ¿Cómo conoció a la empresa Matriflexo S.A.?**

Respuesta: Fue gracias a las redes sociales.

- 3. ¿Cuáles son los beneficios que ofrece la flexografía en comparación a otras técnicas de impresión? ¿Por qué eligió esta técnica para su empresa?**

Respuesta: La flexografía ofrece muchos beneficios para aquellos que nos dedicamos al packaging, pero si tuviese que mencionar uno de ellos sería la calidad con la que se imprimen los empaques, razón por la que elegí esta técnica para mi empresa.

- 4. ¿Qué opina usted acerca de que la empresa Matriflexo S.A. utilice videos en sus redes sociales que expliquen detalladamente los servicios y productos que ofrece?**

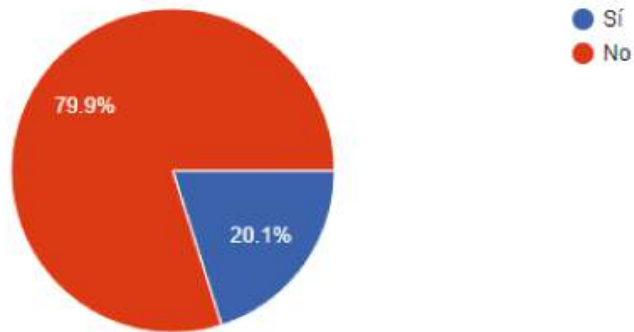
Respuesta: Pienso que serían muy útiles para conocer más sobre la empresa.

5. **¿Qué temas podría usted considerar que son necesarios explicar mediante videos para facilitarle el trabajo al momento de que requiera los servicios de la empresa? Explique detalladamente.**

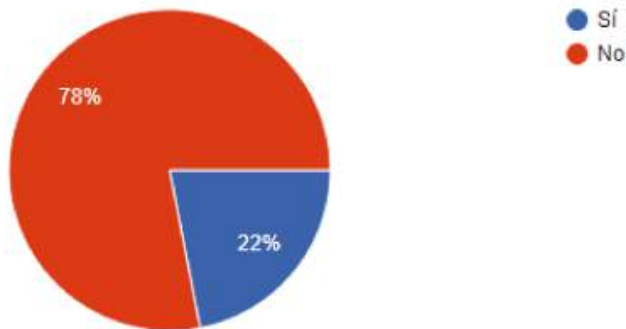
Respuesta: Sería útil que hubiera videos que expliquen cuales son las etapas por las que pasa el trabajo que se envía a la empresa y videos que expliquen cuales son los programas que utilizan para la elaboración del producto.

ANEXO 11. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA TABULADOS Y GRAFICADOS

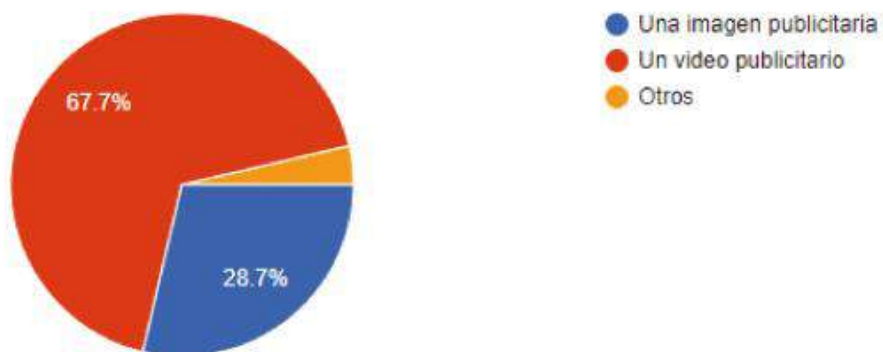
Pregunta 1: ¿Conoce que es la flexografía?



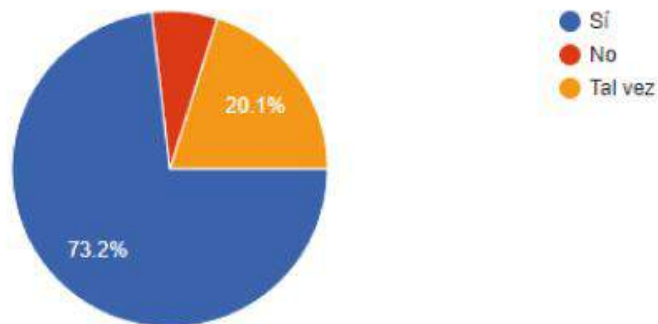
Pregunta 2: ¿Sabía usted que la flexografía es muy importante dentro del packaging (empaques de productos)?



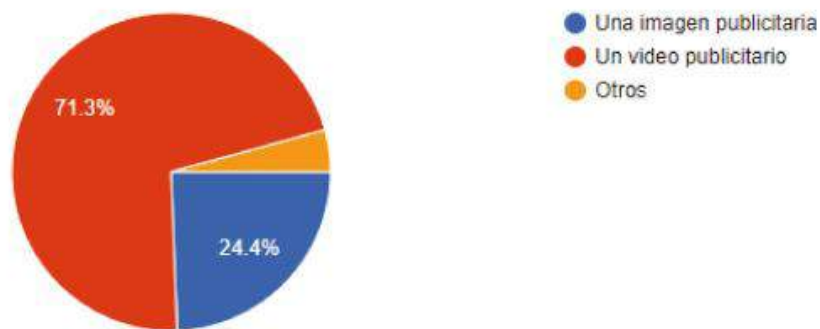
Pregunta 3: ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que es mejor para ofrecer un producto o servicio?



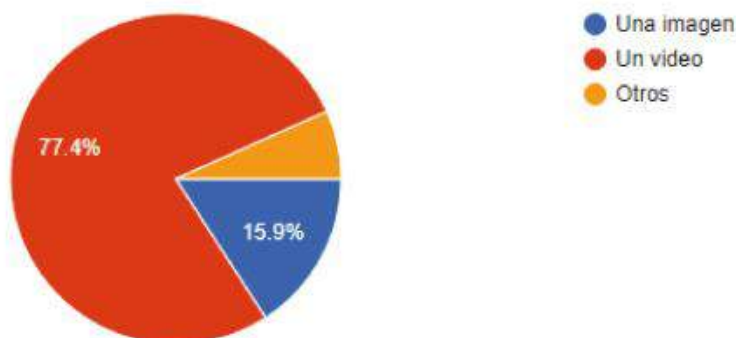
Pregunta 4: ¿Conoce que es una animación publicitaria?



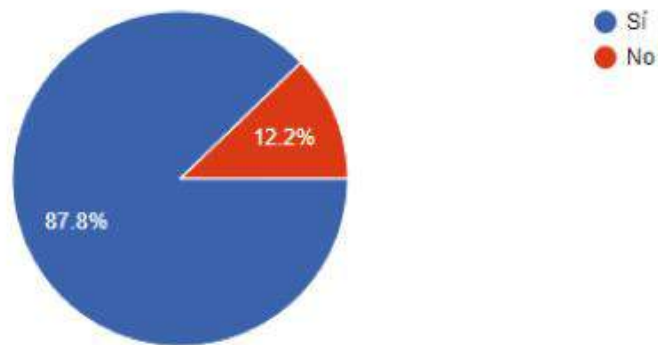
Pregunta 5: ¿Qué opción prefiere al momento de ver la publicidad de un producto o servicio?



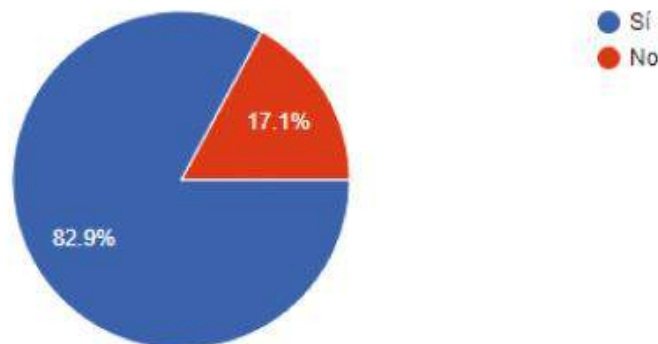
Pregunta 6: ¿Qué opción cree usted que es más adecuada para conocer algún tema nuevo?



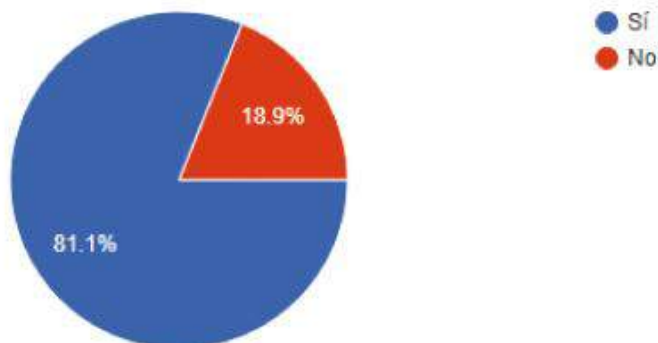
Preguntas 7: ¿Considera usted que los videos animados que promocionan productos o servicios son innovadores, entretenidos y dinámicos?



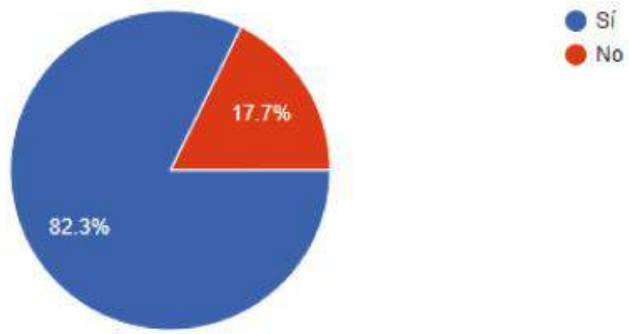
Pregunta 8: ¿Sabía usted que el uso de videos animados para ofrecer productos o servicios es muy importante actualmente?



Pregunta 9: ¿Sabía usted que el uso de videos en la publicidad facilita la comprensión de conceptos complejos?



Pregunta 10: ¿Sabía usted que el uso de videos animados en la publicidad facilita que las personas recuerden una marca?



ANEXO 12. GUIONES TÉCNICOS DE LOS VIDEOS

Guion técnico 1			
Tema: ¿Qué es la flexografía?			
Duración: 34”			
No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece una pregunta en pantalla completa.	“¿Qué es la flexografía?”.	3”
004	Aparecen fotografías de una impresora flexográfica y de varios empaques en forma circular mientras caen y rebotan.	“La flexografía es una técnica de impresión utilizada, sobre todo, en la industria del packaging”.	4”
005	Aparece la ilustración de una plancha ftopolímica que, a modo de sello, les aplica diseños a algunos empaques.	“Donde se utiliza una plancha en relieve hecha de caucho que permite el traspaso de la tinta a una gran variedad de materiales”.	4”

006	Aparece una ilustración de una plancha fotopolímera mientras aparece un martillo tratando de destruirla.	“Las planchas producidas en la flexografía, conocidas como planchas fotopolímeras o planchas flexográficas, son muy duraderas”.	4”
007	Aparece la ilustración de un empaque mientras una lupa pasa por encima de él.	“Y permiten que el producto final tenga más detalle y un mayor acabado”.	3”
008	Aparece el icono de una mano con el pulgar arriba.	“Ahora ya conoces que es la flexografía”.	3”
009	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 2

Tema: Breve historia de la flexografía.

Duración: 45”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”

003	Aparece un libro que se abre con una frase encima de él.	“Breve historia de la flexografía”.	3”
004	Aparece un personaje con expresión confusa y su mano detrás de la cabeza mientras sostiene un cartón.	“En 1880 los impresores no podían realizar impresiones en materiales que fueran más ásperos que el papel como el cartón corrugado”.	4”
005	Aparece la fotografía de una plancha rígida que, a modo de sello, le agrega de forma incorrecta diseños a unos empaques.	“Esto se debía al hecho de que se utilizaban planchas muy rígidas que no permitían transferir la tinta al material adecuadamente”.	4”
006	Aparece la ilustración del personaje anterior con un icono de idea y luego aparece la ilustración de un tesoro.	“Por lo que idearon un modo de crear un material a base de caucho para lograr aquello”.	4”
007	Aparece la ilustración de un tesoro mientras se abre y muestra una plancha fotopolímera.	“La plancha fotopolímera”.	3”
008	Aparece la palabra flexografía con ilustraciones de fuegos artificiales alrededor.	“Fue así como se dieron los inicios de la flexografía”.	3”

009	Aparece un personaje con la palabra packaging encima de él y unas 5 estrellas a modo de calificación.	“Cuyo nombre fue asignado por Franklin Moss, un impresor experto en packaging, en 1951”.	4”
010	Aparece el mismo personaje anterior mientras quita un cartel con la frase “Impresión en anilina” y en su lugar pone uno que dice “Flexografía”.	“Pues antes era conocida como impresión con anilina”.	4”
011	Aparece el icono de una mano con el pulgar arriba.	“Ahora ya conoces la historia de la flexografía”.	3”
012	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 3

Tema: Beneficios de la flexografía en comparación a otras técnicas.

Duración: 41”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece la palabra “Flexografía” de tamaño pequeño y luego al quedar	“¿Cuáles son los beneficios de la flexografía en	3”

	frente a la frase, “Otras Técnicas”, se hace más grande.	comparación a otras técnicas?”.	
004	Aparece un tema en pantalla completa.	“Costo”.	3”
005	Aparece la palabra “Flexografía” y debajo de ella aparecen dos manos empujando una pequeña cantidad de dinero, al mismo tiempo aparece la palabra “Otras técnicas” y debajo de ella aparecen dos manos entregando una cantidad más grande de dinero.	“La técnica de impresión flexográfica tiene un costo menor a otras técnicas similares, debido al material que se utiliza para su funcionamiento”	4”
006	Aparece un tema en pantalla completa.	“Velocidad”.	3”
007	Aparece la palabra “Flexografía” y debajo de ella aparece un reloj con una pila de hojas que va aumentando rápido de tamaño, al mismo tiempo aparece la palabra “Otras técnicas” y debajo de ella aparece un reloj con una pila de hojas que va aumentando despacio de tamaño.	“Las impresoras flexográficas son capaces de alcanzar una gran velocidad, de modo que pueda tener sus empaques listos en poco tiempo.”.	4”
008	Aparece un tema en pantalla completa.	“Gama de colores”	3”
009	Aparece la palabra “Flexografía” y debajo de ella aparecen varias paletas de colores que van girando en círculo, al mismo tiempo aparece la palabra “Otras técnicas” y debajo de ella	“Las impresoras flexográficas básicas funcionan con cuatro colores (CMYK) pero se pueden incorporar	4”

	aparecen solo dos paletas de colores girando en círculo.	otros colores directos para que no haya límites al momento de imprimir”.	
010	Aparece un tema en pantalla completa.	“Calidad”.	
010	Aparece la palabra “Flexografía” y debajo de ella aparecen un empaque bien diseñado, al mismo tiempo aparece la palabra “Otras técnicas” y debajo de ella aparece un empaque con fallas.	“Las impresoras flexográficas permiten que el producto final tenga más detalle y un mayor acabado”.	4”
011	Aparece una formula con las iniciales de los beneficios, esta fórmula da como resultado un empaque.	“C + V + G + C =”.	4”
012	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 4

Tema: Materiales sobre los que se puede imprimir con flexografía.

Duración: 28”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”

003	Aparece un personaje con un icono de pregunta y expresión pensativa.	“¿Sobre qué materiales se puede imprimir con flexografía?”.	4”
004	Aparece una ilustración de un cartón mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de él y le agrega un diseño, luego aparece una ilustración de un envase mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de él y le agrega una etiqueta, por último, aparece una ilustración de una funda tipo camiseta mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de ella y le agrega un diseño.	“Cartón plegable”, “Etiquetas”, “Fundas tipo camiseta”.	4”
005	Aparece una ilustración de una funda troquel mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de él y le agrega un diseño, luego aparece una ilustración de una caja para alimentos mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de ella y le agrega un diseño, por último, aparece una ilustración de un empaque de alimentos mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de él y le agrega un diseño.	“Fundas troquel”, “Cajas para alimentos”, “Empaques de alimentos”.	4”
006	Aparece una ilustración de un empaque de servilletas mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de él y le agrega un diseño, luego aparece una ilustración de un sobre mientras pasa la palabra “Flexografía” encima de él y le agrega un diseño.	“Empaques para servilletas”, “Sobres”.	

007	Aparece varios empaques que caen en forma de lluvia en pantalla completa.	“Y mucho más...”.	3”
008	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 5

Tema: Video presentación de la empresa Matriflexo S.A.

Duración: 1’ 19”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece un grupo de personajes que representan a los trabajadores de la empresa.	“¿Quiénes somos?”.	3”
004	Aparece una frase en pantalla completa.	“¡Somos quienes hacemos que tú empaque obtenga los resultados que esperas!”.	4”
005	Aparecen fotos de la empresa y sus trabajadores.	“Matriflexo S.A. cuenta con más de 19 años de experiencia”.	4”

006	Aparece una ilustración del mapa del Ecuador y una fotografía de una plancha fotopolímera encima de él.	“En la elaboración de matricería para la industria flexográfica en Guayaquil, Ecuador”.	4”
007	Aparece una ilustración de un personaje entregando una caja a otro con una expresión feliz.	“Nuestra misión es proveer de matrices flexográficas con tecnología y experiencia, siendo la calidad de servicio lo que nos diferencia”.	4”
008	Aparece una ilustración de la empresa con una medalla que diga #1 y un gráfico estadístico que va subiendo de nivel.	“Y nuestra visión es ser líderes en la innovación de matrices flexográficas”.	4”
009	Aparece la ilustración de la empresa y de un personaje mientras este califica a la empresa con 100/100.	“Asegurando la satisfacción del cliente y un mutuo desarrollo sostenible”.	4”
010	Aparece un icono de valores con una frase en pantalla completa.	“Cumplimos con todos los valores que nos caracterizan”.	4”
011	Aparecen iconos que representen cada uno de los valores.	“Puntualidad”, “Integridad”, “Responsabilidad”, “Liderazgo”, “Innovación”, “y	5”

		Servicio personalizado”.	
012	Aparece la ilustración de varios personajes.	“Tenemos especialistas en color, modelados 3d, programación de flujos, manejo de desafíos, investigación, normas de calidad y atención al cliente”.	5”
013	Aparece el icono de una lista con una pregunta.	“¿Cuáles son los servicios que ofrecemos?”.	4”
014	Aparece la ilustración de un empaque con colores opacos que luego se hacen más visibles y luego aparece la ilustración de una computadora con una marca.	“Cuidamos el color de tu marca”, “Mejoramos la calidad de tu empaque”, “Usamos la mejor tecnología para tu marca”.	5”
015	Aparece la ilustración de unas manos que hacen aparecer un empaque, luego aparece un empaque con manchas que luego desaparecen y al final aparece un cartón.	“Creamos empaques o marcas, “Perfeccionamos tu empaque”, “Y contamos con un sistema de montaje automático para corrugadores”.	5”
016	Aparecen las certificaciones y lineamientos con los que cuenta la empresa.	“Y por supuesto contamos con certificaciones y lineamientos que	4”

		garantizan la calidad de nuestros productos”.	
017	Aparecen las ilustraciones de varios empaques que van en columnas de arriba hacia abajo y viceversa.	“Más de 120000 empaques respaldan nuestra experiencia, somos líderes nacionales en flexografía digital”.	4”
018	Aparece la ilustración de un teléfono.	“¿Qué esperas para contactarnos?”.	3”
019	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 6

Tema: Breve historia de la empresa Matriflexo S.A.

Duración: 43”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece una ilustración de la empresa que se va armando poco a poco.	“¿Cuál es nuestra historia?”.	3”

004	Aparece la ilustración de un personaje mientras a su lado aparece un icono que represente la disciplina y otro la experiencia.	“En 1983, Roberto Cordero, gracias a su disciplina y experiencia, se había convertido ya en un referente del arte de la flexografía en el Ecuador”.	4”
005	Aparece la ilustración del mismo personaje anterior con un círculo tipo imán que atrae otros personajes a su alrededor (su familia) hasta que dentro del círculo se encuentran el personaje principal y los demás.	“Su reconocimiento y espíritu innovador contagió a toda su familia y generaciones”.	4”
006	Aparece la ilustración de la empresa y su logo.	“Esto motivó hace 23 años que se fundara la empresa líder en matrices flexográficas Matriflexo S.A.”.	4”
007	Aparece la ilustración de varios personajes.	“Actualmente el esfuerzo y dedicación de todo nuestro equipo”.	4”
008	Aparece la ilustración de un producto.	“La calidad de nuestros productos y el constante esfuerzo por mejorar cada uno de nuestros procesos”.	4”
009	Aparece la ilustración de unos clientes felices con un empaque y calificando a la empresa con 100/100.	“Ha permitido que aquellos clientes que ponen su confianza en	4”

		nosotros quedemos conformes con el producto final”.	
010	Aparece la ilustración de un teléfono.	“¿Qué esperas para contactarnos?”.	3”
011	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 7

Tema: Servicios que ofrece la empresa Matriflexo S.A. (Parte 1).

Duración: 1’ 14”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece el icono de servicio y una pregunta.	“¿Qué servicios ofrece nuestra empresa?”.	3”
	Aparece un título en pantalla completa.	“Cuidamos el color de tu marca”.	3”
004	Aparece una mano que va mostrando paletas de colores.	“Obtenga resultados sin improvisar en máquina, le brindamos la confianza que necesita a la hora de	4”

		producir, con el color que desea y sin sorpresas”.	
005	Aparece el icono de un empaque impreso.	“¿Cómo lo hacemos?”, “Nuestra tecnología nos permite predecir el resultado de un trabajo previo a la impresión, ya sea que los veas en una prueba de color especial”.	4”
006	Aparece el icono de una lupa mientras se ven pequeños puntos en un empaque impreso.	“Con tramados”.	3”
007	Aparece una pantalla de computadora donde se visualiza un empaque.	“O en un archivo 3D que puedes rotar y evaluar antes de realizar cualquier inversión o entrada de máquina”.	4”
008	Aparece un título en pantalla completa.	“Mejoramos la calidad de tu empaque”.	3”
009	Aparece un personaje mirando varios empaques, uno de estos empaques brilla.	“El empaque es la cara del producto y sus detalles son los que impactan al consumidor”.	4”
010	Aparece un empaque con indicaciones.	“Nosotros tenemos toda la experiencia y	4”

		herramientas innovadoras que logran esos detalles realmente sorprendentes”.	
011	Aparece un título en pantalla completa.	“Perfeccionamos tu empaque”.	3”
012	Aparece una ilustración de un personaje que tiene una idea, esta idea pasa por una máquina de viajes en el tiempo y se convierte en un empaque, el personaje se sorprende y se pone feliz.	“Imagina viajar en el tiempo y saber a exactitud como quedará tu primer proyecto sin arriesgar tu inversión”.	4”
013	Aparece una ilustración de un diseño de un logo de algún empaque que se va poniendo sobre diferentes materiales (un envase, una etiqueta y una funda).	“Con nuestra tecnología de empaques 3D o dummies industriales, podemos imprimir una muestra de tu producto sobre papel, adhesivo, pvc termoencogible, polietileno transparente y mucho más”.	4”
014	Aparece un título en pantalla completa.	“Usamos la mejor tecnología para tu marca”	3”
015	Aparece el icono de herramientas.	“Tenemos todas las herramientas que tu marca o empaque necesitan”.	4”

016	Aparece el logo del programa ikaro.	“Desde un software de control y trazabilidad de archivos”.	4”
017	Aparece el icono del programa ESKO.	“Hasta un automatizador de tareas en donde todos los ajustes son realizados a la perfección”.	4”
018	Aparece la ilustración de un teléfono	“¿Qué esperas para contactarnos?”.	3”
019	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 8

Tema: Servicios que ofrece la empresa Matriflexo S.A. (Parte 2).

Duración: 45”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece el icono de servicio con una pregunta.	“¿Qué otros servicios ofrecemos?”.	3”
004	Aparece un título en pantalla completa.	“Creamos empaques o marcas”.	3”

005	Aparece la ilustración de un personaje con una medalla que dice #1.	“La primera impresión es la que cuenta y para eso necesitas un empaque que hable bien de tu marca y/o producto y en eso somos expertos”.	4”
006	Aparece la ilustración de un personaje haciendo un empaque.	“¿Cómo lo hacemos?”, “Contamos con un selecto grupo de diseñadores especialistas en empaques flexográficos y toda la tecnología que nos permite asesorarte”.	4”
007	Aparece un título en pantalla completa.	“Contamos con un sistema de montaje automático para corrugadores”.	4”
008	Aparecen varios símbolos de dólar y cuando pasa el texto solo queda un símbolo.	“Alcanza la máxima eficiencia con nuestra tecnología de montaje automatizado y ahorra hasta un 30% en fotopolímeros y 100% en ajustes en máquina”.	4”
009	Aparece un título en pantalla completa.	“Mejoramos la calidad de tu empaque”.	3”

010	Aparece el icono de tecnología.	“Preparamos nuestros servicios para los desafíos tecnológicos”.	4”
011	Aparece la ilustración de un teléfono.	“¿Qué esperas para contactarnos?”.	3”
012	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 9

Tema: Procedimientos que se realizan para elaborar las planchas fotopolímeras.

Duración: 40”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece el icono de pregunta.	“¿Cómo elaboramos las planchas fotopolímeras?”.	4”
004	Aparece la ilustración de un personaje pidiendo una solicitud.	“Para elaborar la plancha fotopolímera, es necesario que la solicitud del cliente pase por las siguientes etapas:”.	4”

005	Aparece una ilustración de un envío a un personaje y luego este regresa el envío a la empresa.	“Arte”, “En caso de que desees que el empaque sea completamente nuevo, los diseñadores de nuestra empresa se encargaran de diseñarlo”.	4”
006	Aparece la ilustración de un empaque con un diseño al que se le cambia algo.	“Cambio”, “En caso de que desees hacer un cambio en el arte, sea o no un diseño nuevo, se le pedirá a un diseñador que realice el cambio correspondiente”.	4”
007	Aparece la ilustración de una lupa buscando un color en un empaque y luego se cambia ese color.	“Separaciones”, “En esta etapa se realiza una limpieza de cada uno de los colores del diseño, pues es necesario que estos se encuentren con valores específicos para evitar errores en la impresión”.	4”
008	Aparece un personaje con una idea de un empaque y luego recibe otro empaque igual.	“Prueba de color”, “En esta etapa se realizan pruebas de color con programas especializados que nos permitirán	4”

		previsualizar cómo será el empaque impreso y si los colores que posee son acordes a lo que deseas”.	
009	Aparece la ilustración de un teléfono	“¿Qué esperas para contactarnos?”.	3”
010	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

Guion técnico 10

Tema: La empresa Matriflexo S.A. es eco amigable.

Duración: 39”

No.	Descripción	Texto en pantalla	Duración
001	Aparece el isologo de la empresa en pantalla completa.		3”
002	Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.	“Convertimos ideas en empaques”.	4”
003	Aparece una pregunta en pantalla completa.	“¿Sabías que somos una empresa Eco amigable?”.	4”
004	Aparece una ilustración de la empresa cambiando de color a los colores eco-amigables.	“Así es, somos una empresa con responsabilidad Ambiental”.	4”

005	Aparece un título en pantalla completa.	“¿Cómo lo hacemos?”.	3”
006	Aparece una pequeña torre de desechos que es puesta en un tacho de basura.	“Gestión especializada de residuos”, “Manejamos nuestros desechos de la mejor manera: seleccionando, categorizando y disponiendo por medio de gestores ambientales nuestros residuos de manera especializada”.	4”
007	Aparece la ilustración de la empresa con humo arriba de ella y luego una x sobre ese humo.	“Mediciones periódicas de riesgos ambientales:”, “Nos preocupamos constantemente del entorno en que realizamos nuestras funciones, tanto dentro de nuestra empresa como fuera de ella”.	4”
008	Aparece la ilustración de un certificado.	“Licenciamiento ambiental:”, “Matriflexo S.A. cumpliendo con las obligaciones gubernamentales se	4”

		encuentra categorizado por el Ministerio de Ambiente, obteniendo la licencia ambiental correspondiente”.	
009	Aparece la ilustración de un teléfono.	“¿Qué esperas para contactarnos?”.	3”
010	Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.	Facebook, Instagram, correo, página web y números de teléfono.	6”

ANEXO 13. MOODBOARDS DE LOS VIDEOS



Ilustración 1. Moodboard video 1



Ilustración 2. Moodboard video 2



Ilustración 3. Moodboard video 3



Ilustración 4. Moodboard video 4



Ilustración 5. Moodboard video 5

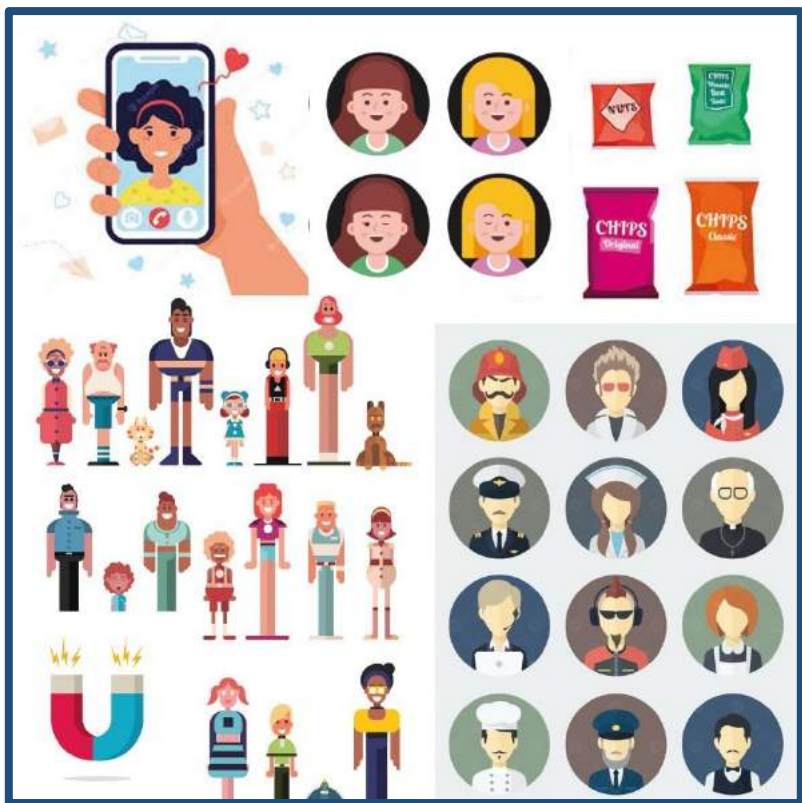


Ilustración 6. Moodboard video 6



Ilustración 7. Moodboard video 7



Ilustración 8. Moodboard video 8

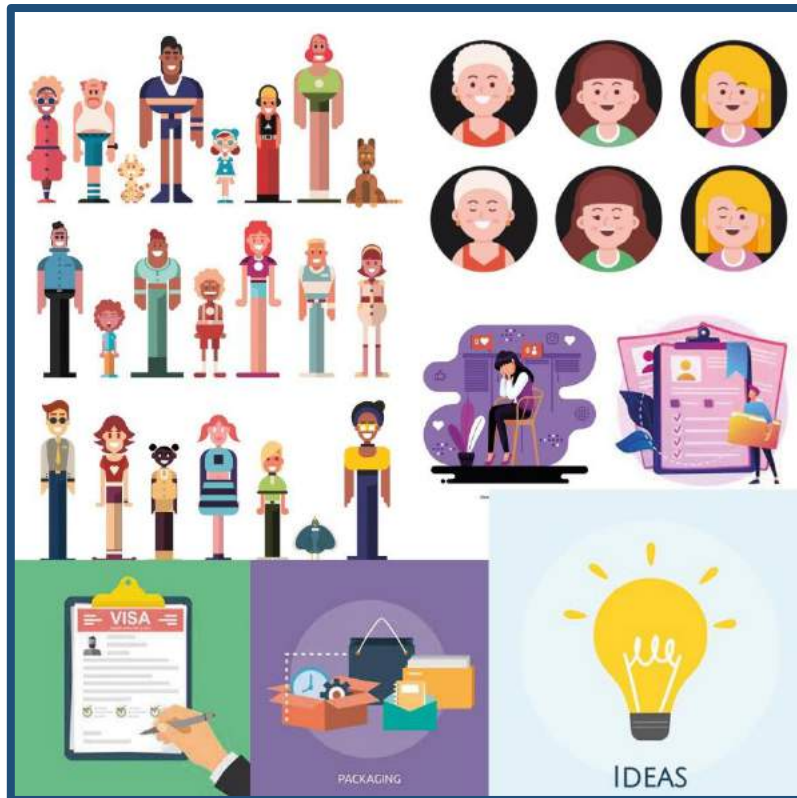


Ilustración 9. Moodboard video 9

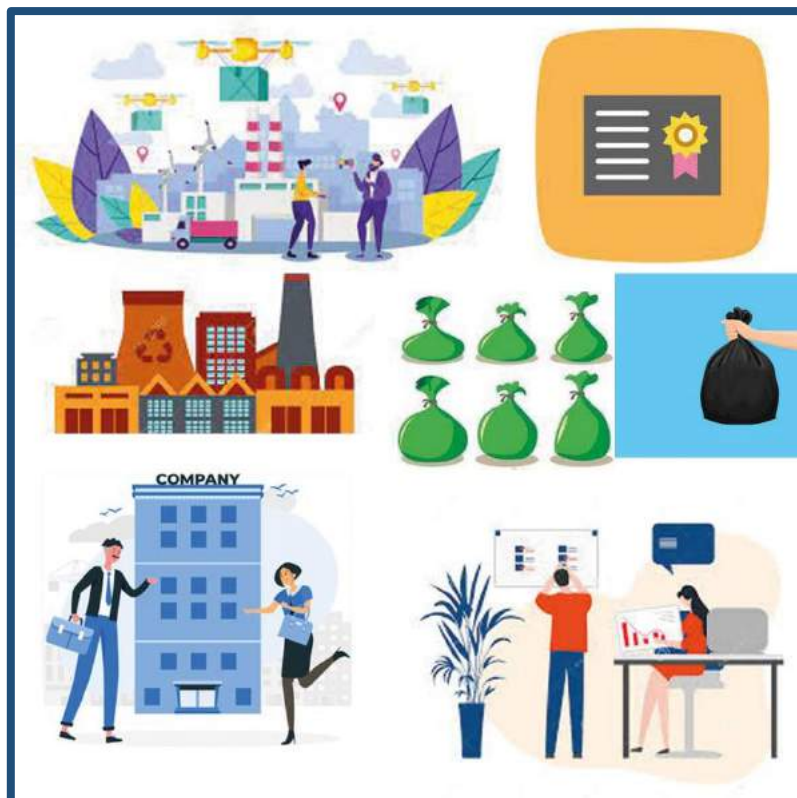


Ilustración 10. Moodboard video 10

ANEXO 14. STORYBOARDS DE LOS VIDEOS

STORYBOARD VIDEO 1

video 1 | 1:12 | 1080x1920 | Aspecto 16:9 | 29.97 FPS | 2023/05/04

Página 1/1



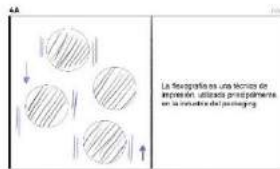
Aparece el logo de la empresa en pantalla completa.



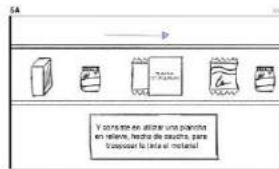
Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.



Aparece una pregunta en pantalla completa.



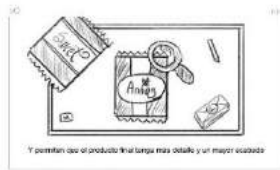
Aparecen fotografías de una impresora flexográfica y de varios empaques en forma circular mientras se lee y se explica.



Aparece la ilustración de una plancha flexográfica que, a modo de sello, los aplica a diseños a algunos empaques.



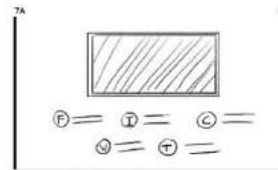
Aparece una ilustración de una plancha flexográfica mientras aparece un martillo botando de destruido.



Aparece la ilustración de un empaque mientras una lupa pasa por encima de él.



Aparece el icono de una mano con el pulgar arriba.



Cíenre con la imagen representativa de la empresa y cómo se pueden contactar con ella.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 2

video 2 | 1:12 | 1080x1920 | Aspecto 16:9 | 29.97 FPS | 2023/05/04

Página 1/2



Aparece el logo de la empresa en pantalla completa.



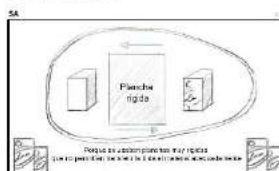
Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.



Aparece un libro que se abre con una frase encima de él.



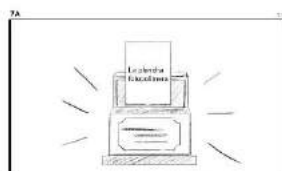
Aparece un personaje con expresión confusa y su mano detrás de la cabeza mientras sostiene un cartón.



Aparece la fotografía de una plancha rígida que, a modo de sello, le agrega de forma incorrecta diseños a unos empaques.



Aparece la ilustración del personaje confuso con un icono de idea y luego aparece la ilustración de un tesoro.



Aparece la ilustración de un tesoro mientras se abre y muestra una plancha flexográfica.



Aparece la palabra flexografía con ilustraciones de lugares artificiales de ciudad.



Aparece un personaje con la palabra packaging encima de él y unos 5 estrellas e icono de calificación.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 2

MOVIE TO GO, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65, 70, 75, 80, 85, 90, 95, 100, 105, 110, 115, 120, 125, 130, 135, 140, 145, 150, 155, 160, 165, 170, 175, 180, 185, 190, 195, 200, 205, 210, 215, 220, 225, 230, 235, 240, 245, 250, 255, 260, 265, 270, 275, 280, 285, 290, 295, 300, 305, 310, 315, 320, 325, 330, 335, 340, 345, 350, 355, 360, 365, 370, 375, 380, 385, 390, 395, 400, 405, 410, 415, 420, 425, 430, 435, 440, 445, 450, 455, 460, 465, 470, 475, 480, 485, 490, 495, 500, 505, 510, 515, 520, 525, 530, 535, 540, 545, 550, 555, 560, 565, 570, 575, 580, 585, 590, 595, 600, 605, 610, 615, 620, 625, 630, 635, 640, 645, 650, 655, 660, 665, 670, 675, 680, 685, 690, 695, 700, 705, 710, 715, 720, 725, 730, 735, 740, 745, 750, 755, 760, 765, 770, 775, 780, 785, 790, 795, 800, 805, 810, 815, 820, 825, 830, 835, 840, 845, 850, 855, 860, 865, 870, 875, 880, 885, 890, 895, 900, 905, 910, 915, 920, 925, 930, 935, 940, 945, 950, 955, 960, 965, 970, 975, 980, 985, 990, 995, 1000

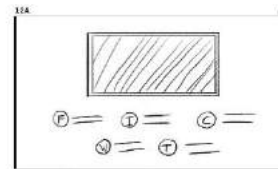
Página 272



Aparece el mismo personaje anterior mientras quita un cartel con la frase "Innovación en anilina" y en su lugar pone una que dice: "Flexografía".



Aparece el icono de una mano con el pulgar arriba.



Cierra con la imagen representativa de la empresa y como se pueden caracterizar con ella.

Storyboarder

STORYBOARD VIDEO 3

MOVIE TO GO, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65, 70, 75, 80, 85, 90, 95, 100, 105, 110, 115, 120, 125, 130, 135, 140, 145, 150, 155, 160, 165, 170, 175, 180, 185, 190, 195, 200, 205, 210, 215, 220, 225, 230, 235, 240, 245, 250, 255, 260, 265, 270, 275, 280, 285, 290, 295, 300, 305, 310, 315, 320, 325, 330, 335, 340, 345, 350, 355, 360, 365, 370, 375, 380, 385, 390, 395, 400, 405, 410, 415, 420, 425, 430, 435, 440, 445, 450, 455, 460, 465, 470, 475, 480, 485, 490, 495, 500, 505, 510, 515, 520, 525, 530, 535, 540, 545, 550, 555, 560, 565, 570, 575, 580, 585, 590, 595, 600, 605, 610, 615, 620, 625, 630, 635, 640, 645, 650, 655, 660, 665, 670, 675, 680, 685, 690, 695, 700, 705, 710, 715, 720, 725, 730, 735, 740, 745, 750, 755, 760, 765, 770, 775, 780, 785, 790, 795, 800, 805, 810, 815, 820, 825, 830, 835, 840, 845, 850, 855, 860, 865, 870, 875, 880, 885, 890, 895, 900, 905, 910, 915, 920, 925, 930, 935, 940, 945, 950, 955, 960, 965, 970, 975, 980, 985, 990, 995, 1000

Página 272



Aparece el logotipo de la empresa en pantalla completa.



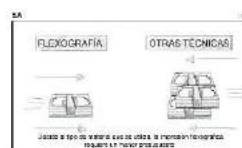
Aparecen iconos de flecha que se caracterizan en animaciones formando un círculo y abajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.



Aparece la palabra "Flexografía" de tamaño pequeño y luego al bajar tamaño a la frase: "Otras técnicas" se hace más grande.



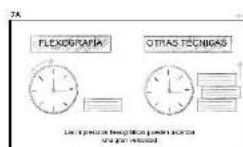
Aparece un tema en pantalla completa.



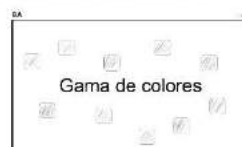
Aparece la palabra "Flexografía" y debajo de ella aparecen las manos imprimiendo una pequeña cantidad de tiempo. Al mismo tiempo aparece la palabra "Otras técnicas" y debajo de ella aparecen las manos imprimiendo una cantidad más grande de tiempo.



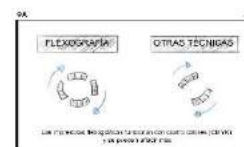
Aparece un tema en pantalla completa.



Aparece la palabra "Flexografía" y debajo de ella aparece un reloj con una pila de hojas que va aumentando el paso de tiempo al mismo tiempo aparece la palabra "Otras técnicas" y debajo de ella aparece un reloj con una pila de hojas que va aumentando el paso de tiempo.



Aparece un tema en pantalla completa.



Aparece la palabra "Flexografía" y debajo de ella aparecen varias paletas de colores que van girando en círculo al mismo tiempo aparece la palabra "Otras técnicas" y debajo de ella aparecen solo dos paletas de colores girando en círculo.

Storyboarder

STORYBOARD VIDEO 3
 NOMBRE: _____ FECHA: _____
 DIRECCIÓN: _____

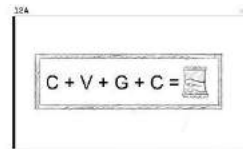
Página 12



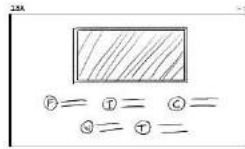
Aparece un tema en pantalla completa.



Aparece la palabra "Flexografía" y debajo de ella aparece un símbolo con el cual, al mismo tiempo aparece la palabra "Otras técnicas" y debajo de ella aparece un empaque con flores.



Aparece una fórmula con los inicios de los beneficios, esta fórmula da como resultado un empaque.



Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 4
 NOMBRE: _____ FECHA: _____
 DIRECCIÓN: _____

Página 13



Aparece el logo de la empresa en pantalla completa.



Aparecen fotos de video que se conforman en un paquete formado en círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.



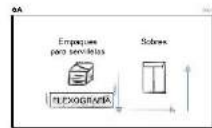
Aparece un personaje con un icono de pregunta y expresión paracaídas.



Aparece una ilustración de un cartón mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de él y le agrega un diseño luego aparece una ilustración de un envase mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de él y le agrega una etiqueta, por último aparece una ilustración de un fondo tipo cartón mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de ella y le agrega un diseño.



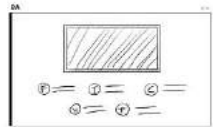
Aparece una ilustración de un fondo tipo papel mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de él y le agrega un diseño luego aparece una ilustración de una caja para alimentos mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de ella y le agrega un diseño, por último aparece una ilustración de un empaque de alimentos mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de él y le agrega un diseño.



Aparece una ilustración de un empaque de bebidas mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de él y le agrega un diseño luego aparece una ilustración de un sobre mientras pasa la palabra "Flexografía" encima de él y le agrega un diseño.



Aparece varios empaques que con el fondo de luz en pantalla completa.



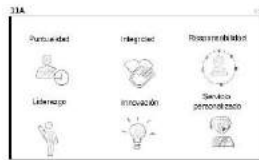
Cierre con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 5
 Nombre: _____ Correo: _____ Apellido: _____
 Fecha: _____



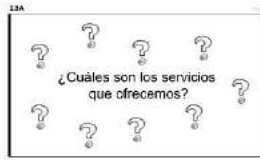
Aparece un ícono de valores con una flecha en pantalla completa.



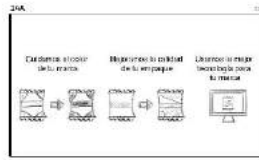
Aparecen íconos que representen cada una de los valores.



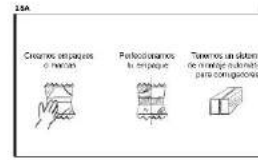
Aparece la ilustración de varios personajes.



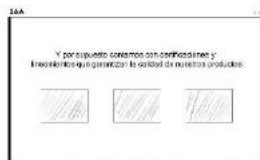
Aparece una pregunta en pantalla completa.



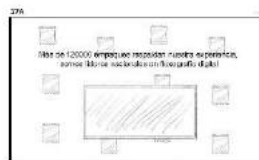
Aparece la ilustración de un empaque con objetos opacos que luego se hacen más visibles y luego aparece la ilustración de un computador con una marca.



Aparece la ilustración de un empaque que luego aparece un empaque con imágenes que luego desaparecen y al final aparece un carton.



Aparecen las certificaciones y reconocimientos con los que cuenta la empresa.



Aparecen las ilustraciones de varias empresas que van en columnas de arriba hacia abajo y a la derecha.



Aparece la ilustración de un teléfono.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 5
 Nombre: _____ Correo: _____ Apellido: _____
 Fecha: _____



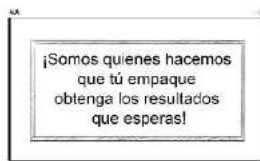
Aparece el ícono de la empresa en pantalla completa.



Aparecen íconos de ideas que se convierten en empaques, formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que hace referencia a la empresa.



Aparece un grupo de personajes que pertenecen a los trabajadores de la empresa.



Aparece una frase en pantalla completa.



Aparecen íconos de la empresa y sus trabajadores.



Aparece una ilustración del mapa del Ecuador y una fotografía de una planta farmacéutica más encima de él.



Aparece una ilustración de un personaje entregando una caja a otro con una expresión feliz.



Aparece una ilustración de la empresa con una moneda que dice 'E' y un gráfico estadístico que va subiendo de nivel.

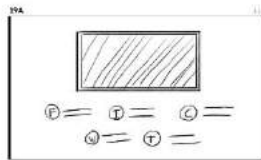


Aparece la ilustración de la empresa y de un personaje mientras se refiere a la empresa con 'NUESTRO'.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 5
 Nombre: _____ Fecha: _____ Apellido: _____
 Tema: **Las redes sociales**

Página 273



19A
 Cierre con la imagen representativa de la empresa y cómo se pueden contactar con ella.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 6
 Nombre: _____ Fecha: _____ Apellido: _____
 Tema: **Las redes sociales**

Página 274



20A
 Aparece el logotipo de la empresa en pantalla completa.



20B
 Aparecen iconos de ideas que se convierten en emociones, formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que caracteriza a la empresa.



20C
 Aparece una ilustración de la empresa que se va formando poco a poco.



21A
 Aparece la ilustración de un personaje mientras a su lado aparece un texto que resume su trayectoria y otra la experiencia.



21B
 Aparece la ilustración del mismo personaje con un círculo que indica que ofrece otros personajes a su alrededor (se formó hasta que dentro del círculo se encuentran el personaje principal y los demás).



21C
 Aparece la ilustración de la empresa y su logo.



22A
 Aparece la ilustración de varios personajes.



22B
 Aparece la ilustración de un producto.



22C
 Aparece la ilustración de unos clientes felices con un empaque y estáfondo a la empresa con 100%.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 7

Storyboard para el video de la presentación de la empresa MATRIFLEXO S.A.

Página 272



Aparece un personaje mirando varios empaques. Uno de estos empaques tiene:



Aparece un empaque con indicaciones:



Aparece un título en pantalla completa:



Aparece una ilustración de un personaje que tiene una idea, solo como para el primer prototipo de un producto y se convierte en un empaque, el personaje se sorprende y se pone feliz.



Aparece una ilustración de un diseño de un logo de algún empaque que se va poniendo sobre diferentes tipos de empaques, una etiqueta y una funda.



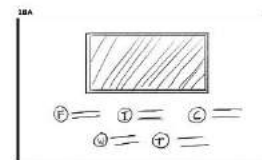
Aparece un título en pantalla completa:



Aparecen los iconos de los programas que utiliza la empresa:



Aparece la ilustración de un teléfono:



Clickeo con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella:

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 8

Storyboard para el video de la presentación de la empresa MATRIFLEXO S.A.

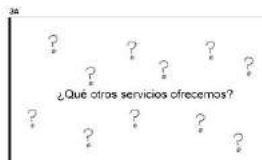
Página 273



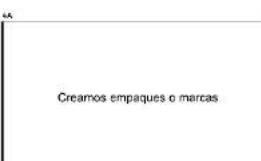
Aparece el logotipo de la empresa en pantalla completa:



Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparece la frase que contactamos a la empresa:



Aparece una pregunta en pantalla completa:



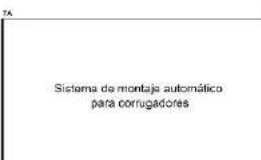
Aparece un título en pantalla completa:



Aparece la ilustración de un empaque con un ícono que dice #1:



Aparece la ilustración de un personaje con un empaque:



Aparece un título en pantalla completa:



Aparece la ilustración de un cartón que al pasar encima de un faja de hilos se hace más pequeño:



Aparece el icono de la app de la empresa:

Storyboard

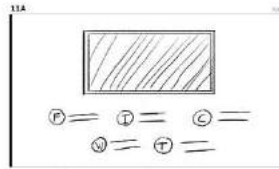
STORYBOARD VIDEO 8

Storyboard para el video 8 del curso de animación 2D con el software de animación de video 2D.

Página 272



Aparece la ilustración de un teléfono.



Señe con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 9

Storyboard para el video 9 del curso de animación 2D con el software de animación de video 2D.

Página 272



Aparece el logotipo de la empresa en pantalla completa.



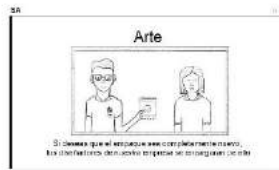
Aparecen iconos de ideas que se convierten en empaques formando un círculo y debajo de ellos aparecen la frase que contacta a la empresa.



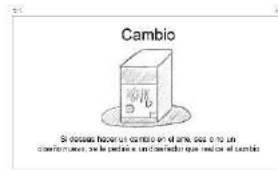
Aparece una fotografía de una plancha fotopolimérica.



Aparece la ilustración de un personaje pidiendo una solicitud.



Aparece la ilustración de un personaje entregando un empaque.



Aparece la ilustración de un empaque con un objeto al que se le cambia algo.



Aparece la ilustración de una máquina con un color en un empaque y luego se cambia ese color.



Aparece la ilustración de una computadora con un empaque y volantes CMYK.

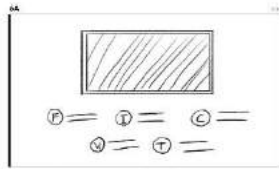


Aparece la ilustración de un teléfono.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 9

Página 270



Comienza con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.

Storyboard

STORYBOARD VIDEO 10

Página 271



Aparece el logotipo de la empresa en pantalla completa.



Aparecen iconos de ideas que se convierten en empresas formando un círculo y debajo de ellas aparecen la frase que contactazo a la empresa.



Aparece una pregunta en pantalla completa.



Aparece una ilustración de la empresa cambiando de color a los colores eco-amigables.



Aparece una pequeña foto de desechos que es puesta en un bote de basura.



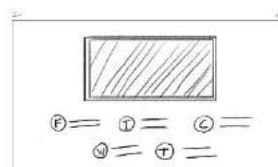
Aparece la ilustración de la empresa con humo arriba de ella y luego una x sobre ese humo.



Aparece la ilustración de un certificado.



Aparece la ilustración de un teléfono.



Comienza con la imagen representativa de la empresa y como se pueden contactar con ella.

Storyboard

ANEXO 15. TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA

Aa

OPEN SANS CONDENSED BOLD
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se recomienda utilizar la tipografía Open Sans Condensed Bold para los títulos de los videos de animación, debido a su legibilidad, versatilidad, infinidad de aplicaciones y a su relación con el auge del diseño flat design.

Aa

ROBOTO SEMIBOLD
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se recomienda utilizar la tipografía Roboto SemiBold para ciertos títulos e información de los videos de animación, debido a su legibilidad, versatilidad y gran popularidad.

ANEXO 16. ARMONÍA DE COLOR

ARMONÍA DE COLOR

AZUL



NARANJA



VERDE



ROJO



DOBLES COMPLEMENTARIOS

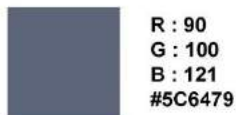
Las armonías de color hacen que un diseño se vea equilibrado y agradable a la vista. Debido a que los videos de animación constan de muchos elementos, se recomienda utilizar los colores dobles complementarios, ya que esto permitirá disponer de una mayor gama de colores y contrastes.

ANEXO 17. CROMÁTICA

CROMÁTICA

COLORES PRIMARIOS

AZUL (COLOR DOMINANTE)



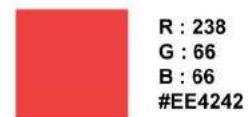
NARANJA



VERDE



ROJO



COLORES SECUNDARIOS

MARRÓN



AMARILLO



ANEXO 18. DESIGN BOARDS DE LOS VIDEOS

VIDEO 1 DESIGN BOARD



VIDEO 2 DESIGN BOARD



**VIDEO 3
DESIGN BOARD**



**VIDEO 4
DESIGN BOARD**



VIDEO 5 DESIGN BOARD

¿Quiénes somos?

¡Somos quienes hacemos que el negocio siempre sea el resultado que esperas!

¡Mantén el ritmo en nuestro mundo! En cualquier momento llegamos a tu negocio, cuando tú quieras, con el servicio que nos diferencia.

¡Nuestro objetivo es tener el máximo de clientes que podamos!

¡Aseguramos la rentabilidad en el cliente y en tu negocio desde el inicio!

¿Cuáles son los servicios que ofrecemos?

¿Qué esperas para contactarnos?

Y en cualquier momento que necesites un servicio, nosotros estamos aquí para ayudarte. ¡Somos quienes hacemos que el negocio siempre sea el resultado que esperas!

¡Más de 10 años de experiencia en el mercado de servicios, con un equipo de profesionales que te ayudarán a crecer tu negocio!

¿Qué esperas para contactarnos?

¡Somos quienes hacemos que el negocio siempre sea el resultado que esperas!

VIDEO 6 DESIGN BOARD

¿Cuál es nuestra historia?

En 1963, Roberto Cortés se había convertido ya en un referente del arte en la litografía en el Ecuador.

FLEXOGRAFÍA

La calidad de nuestros productos y el esfuerzo por mejorar nuestros procesos.

¡Somos quienes hacemos que el negocio siempre sea el resultado que esperas!

¡Mantén el ritmo en nuestro mundo! En cualquier momento llegamos a tu negocio, cuando tú quieras, con el servicio que nos diferencia.

¡Nuestro objetivo es tener el máximo de clientes que podamos!

¡Aseguramos la rentabilidad en el cliente y en tu negocio desde el inicio!

¿Qué esperas para contactarnos?

Y en cualquier momento que necesites un servicio, nosotros estamos aquí para ayudarte. ¡Somos quienes hacemos que el negocio siempre sea el resultado que esperas!

¡Más de 10 años de experiencia en el mercado de servicios, con un equipo de profesionales que te ayudarán a crecer tu negocio!

¿Qué esperas para contactarnos?

VIDEO 7 DESIGN BOARD

		¿Qué servicios ofrece nuestra empresa?	Cuidamos el color de tu marca	Brindamos la confianza que necesitas en la fase de producción con un nivel que garantiza total satisfacción.
¿Cómo lo hacemos? Nuestra tecnología es capaz de producir en masa desde el primer lote hasta miles de unidades.	Tu marca que vive más en la pantalla de color vivo.	En línea O en un archivo 3D que puedes evaluar.	Mejoramos la calidad de tu empaque	El empaque es la cara del producto y es el medio más fácil que impacta al consumidor.
Mostramos innovación, calidad y sostenibilidad. Innovación que logra más detalles, reduciendo costos y riesgos.	Perfeccionamos tu empaque	Te ayudamos a elegir el mejor y más eficiente color para tu marca y a mejorar la impresión.	Con nuestra tecnología podemos imprimir una variedad de productos.	Usamos la mejor tecnología para tu marca
Formamos parte de la tecnología que la marca o empaque necesitan.	¿Qué esperas para contactarnos?			

VIDEO 8 DESIGN BOARD

		¿Qué otros servicios ofrecemos?	Creamos empaques o marcas
Necesitas un empaque que hablé bien de tu marca y producto.	¿Cómo lo hacemos? Contamos con diseñadores expertos en empaques flexibles y tecnología especializada.	Sistema de montaje automático para corrugados	Altera hasta un 30% en fotopolímeros y 100% en ajustes en máquina con nuestra tecnología de montaje automatizado.
Conectividad	Preparamos nuestros productos para los diseños tecnológicos. MatriFlexApp	¿Qué esperas para contactarnos?	
			

**VIDEO 9
DESIGN BOARD**

		<p>¿Cómo elaboramos las planchas fotopolímeras?</p> 
<p>Para elaborar la plancha fotopolimera, la solicitud del cliente pasa por las siguientes etapas:</p> 	<p>Arte Si desea que el empaque sea completamente nuevo, los diseñadores de nuestra empresa se encargaran de ello</p> 	<p>Cambio</p>  <p>Si desea hacer un cambio en el arte, sea o no un diseño nuevo, se le pedirá a un diseñador que lo realice</p>
<p>Separaciones</p>  <p>Se realiza una limpieza de cada uno de los colores del diseño para evitar errores en la impresión</p>	<p>Prueba de color</p>  <p>Se envían archivos de color para reproducción y control de la impresión en colores</p>	<p>¿Qué esperas para contactarnos?</p>  <p>  041 9930224 041 9810207  041 9930224 041 9810207  Matriflex S.A.  Av. 78, 27300-000, San Juan, P.R. </p> <p>  @matriflex  www.matriflex.com  matriflex  matriflex.com </p>

**VIDEO 10
DESIGN BOARD**

		<p>¿Sabías que somos una empresa Eco amigable?</p>
<p>Así es, somos una empresa con responsabilidad ambiental</p> <p>¿Cómo lo hacemos?</p> 	<p>Gestión especializada de residuos</p>  <p>Los residuos son seleccionados, categorizados y gestionados de manera especializada</p>	<p>Mediciones periódicas de riesgos ambientales</p>  <p>Nos preocupamos del entorno en que realizamos nuestras funciones, dentro y fuera de nuestra empresa</p>
<p>Licenciamiento ambiental</p>  <p>Matriflex S.A. se encuentra categorizado por el Ministerio de Ambiente</p>	<p>¿Qué esperas para contactarnos?</p>  <p>  041 9930224 041 9810207  041 9930224 041 9810207  Matriflex S.A.  Av. 78, 27300-000, San Juan, P.R. </p> <p>  @matriflex  www.matriflex.com  matriflex  matriflex.com </p>	<p>  041 9930224 041 9810207  041 9930224 041 9810207  Matriflex S.A.  Av. 78, 27300-000, San Juan, P.R. </p> <p>  @matriflex  www.matriflex.com  matriflex  matriflex.com </p>

ANEXO 19. VIDEOS DE ANIMACIÓN



https://drive.google.com/drive/folders/1YRPCSk4NEZ4p5-s702nE_C9lqtPXxlnD?usp=sharing