



**DOCUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

# “DEL LÁPIZ PARA EL MUNDO”

Por: Edgar Andrés Muñoz Millán

Departamento de arte, arquitectura y Diseño  
PADCV  
2024-1



# TABLA DE CONTENIDOS

Tema del proyecto .....	6.
Justificación y Motivación .....	7.
Planteamiento problema .....	8.
Objetivo general .....	10.
Objetivos específicos .....	11.
Aliado - Experto temático .....	12.
Usuario .....	13.
Marco de referencia .....	19.
Metodología .....	24.
Métodos, técnicas y herramientas .....	26.
Benchmarking .....	31.
Conclusiones de investigación .....	41.
Requerimientos de diseño .....	42.
Propuesta inicial de producto .....	43.
<b>FASE DE CREACIÓN</b>	
Desarrollo de producto .....	53.
Validaciones .....	76.
Conclusiones .....	80.
Citas y Referencias .....	82.
Anexos .....	84.



**PADCV 2024-1**  
**Diseño de Comunicación Visual**  
**Pontificia Universidad Javeriana Cali**

**Edgar Andrés Muñoz Millán**  
Enfásis en identidad corporativa y marca

**Director de proyecto:**  
Pablo Gómez





# TEMA DEL PROYECTO

Escalamiento de estudios de animación y  
freelancers por medio de estudios de caso

# JUSTIFICACIÓN Y MOTIVACIÓN

El proyecto surge en un contexto donde la demanda y los datos de la animación en Colombia han experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, convirtiéndose en una fuente importante de empleo y atrayendo inversiones tanto nacionales como internacionales. Este auge se refleja en el informe "Colombia, una opción para la producción audiovisual y la animación", publicado por ProColombia en 2021, el cual proporciona una visión general de la industria de la animación en el país, incluyendo datos sobre la demanda, producción y exportación de contenido animado.

La relevancia de la animación ha aumentado en diversas áreas como entretenimiento, publicidad y educación, impulsada aún más por la pandemia de COVID-19, que ha acelerado la necesidad de adaptarse a nuevas formas de consumo de contenido y la creciente importancia del contenido en línea. En este contexto, se plantea la interrogante sobre cómo las pequeñas empresas en la industria de animación pueden destacarse y prosperar en un mercado en constante evolución.

La motivación central para abordar este proyecto radica en el interés por utilizar a Club Camping como un modelo de referencia para ayudar a pequeñas empresas emergentes y freelancers en el campo de la animación. Club Camping, un estudio de animación con sedes en Argentina y Brasil, ha demostrado su capacidad para superar desafíos financieros y cambiarios, consolidándose como un referente exitoso en la industria. La experiencia directa del equipo de Club Camping en la industria, su enfoque colaborativo y amigable, y su capacidad para adaptarse a los cambios,

especialmente durante la pandemia, son elementos clave que motivan este proyecto. Observando su exitosa trayectoria en el mercado latinoamericano, surge la pregunta de cómo las pequeñas empresas pueden aprender de las estrategias de comunicación, desarrollo de productos y gestión financiera de Club Camping para destacarse y expandirse en sus respectivos mercados.

Este proyecto busca, por lo tanto, responder a la necesidad de diseñar estrategias y metodologías específicas para que pequeñas empresas de animación puedan aprovechar lecciones aprendidas de Club Camping. Sería muy interesante que el diseño de la comunicación visual aportara herramientas claras y efectivas para transmitir la propuesta de valor única de estas empresas emergentes, resaltando su creatividad, calidad técnica y capacidad de innovación.

La comunicación visual, en este contexto, podría desempeñar un papel fundamental al destacar las fortalezas distintivas de estas pequeñas empresas, permitiéndoles diferenciarse en un mercado competitivo. Además, el diseño de estrategias de comunicación efectivas podría facilitar la conexión emocional con el público objetivo, construyendo así una base de clientes leales y contribuyendo al crecimiento sostenible de estas empresas.

En resumen, este proyecto no solo busca proporcionar un marco basado en el éxito de Club Camping, sino también explorar cómo el diseño de la comunicación visual puede ser una herramienta estratégica para que pequeñas empresas en la industria de animación destaquen su propuesta única y se posicionen de manera sólida en el mercado.

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se plantea la problemática central en torno a las necesidades y oportunidades que enfrentan las pequeñas empresas de animación en Colombia y Latinoamérica. A pesar del crecimiento significativo de la industria, estas empresas se encuentran con desafíos fundamentales en su gestión y posicionamiento en un mercado en constante evolución.

El problema principal reside en la dificultad que experimentan estas pequeñas empresas para destacarse y prosperar en un entorno altamente competitivo. Factores cruciales, como la gestión financiera, la adaptabilidad a cambios en el mercado y la construcción de una base de clientes sólida, se presentan como obstáculos que deben abordarse de manera efectiva.

Esta problemática se manifiesta principalmente en el contexto de las pequeñas empresas de animación en Colombia, donde el crecimiento de la industria ofrece oportunidades, pero al mismo tiempo impone desafíos considerables para aquellas que buscan consolidarse y expandirse. La urgencia de abordar este problema se intensifica en el contexto post-pandémico, donde la demanda de contenido animado ha experimentado un

aumento significativo, pero las pequeñas empresas aún enfrentan dificultades para capitalizar estas oportunidades.

Hasta el momento, las estrategias para el crecimiento y desarrollo de pequeñas empresas de animación han sido abordadas de manera fragmentada, careciendo de una metodología integral que combine elementos de gestión financiera, desarrollo de productos y estrategias de comunicación visual, adaptadas a las particularidades de este sector.

En el panorama actual de la animación colombiana, las pequeñas empresas emergentes son protagonistas, con Club Camping como referente de éxito y fuente potencial de aprendizaje. La clave reside en diseñar estrategias y metodologías que aprovechen la experiencia de Club Camping como modelo, brindando a estas pequeñas empresas herramientas prácticas y conocimientos especializados en diseño de comunicación visual, gestión financiera y desarrollo de productos, adaptados a la dinámica de la industria.

Actores nacionales como Dinamita y Mambo Studios se suman como modelos de éxito. Dinamita, un colectivo de animación "art driven", se ha posicionado como uno de los

estudios 2D más reconocidos en Colombia y Latinoamérica, ofreciendo una mirada fresca e innovadora. Mambo Studio, por su parte, destaca por su crecimiento exponencial y su enfoque en la creación de contenido digital 2D y 3D, generando empleo y expandiéndose a nivel internacional.

La experiencia de Club Camping, Dinamita y Mambo Studios puede ser aprovechada para crear estrategias que beneficien a las pequeñas empresas emergentes. Al compartir sus conocimientos y prácticas en áreas como diseño, finanzas y desarrollo de productos, estos estudios pueden contribuir al crecimiento y la sostenibilidad de la industria de la animación en Colombia.

La colaboración entre estos actores, junto con el apoyo de entidades públicas y privadas, será clave para el desarrollo y la consolidación de la industria de la animación colombiana a nivel nacional e internacional.

Este planteamiento del problema busca delinear de manera precisa los factores clave que intervienen en la problemática y proporcionar un enfoque integral para abordarla de manera efectiva en el ámbito específico de las pequeñas empresas de animación en Colombia.

# OBJETIVO GENERAL

Visibilizar la propuesta de valor de estudios emergentes y freelance de animación a través de una estrategia de diseño de comunicación visual con enfoque corporativo para su posicionamiento en el mercado.

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar el posicionamiento actual de estudios de animación y freelancers en el mercado.
2. Comparar el estudio de animación Club Camping con otros a nivel global y nacional.
3. Analizar las necesidades de los estudios emergentes.
4. Diseñar una herramienta de visibilización para estudios emergentes y freelancers.

# EXPERTO TEMÁTICO



La empresa experta temática con la cual el proyecto se vincula es el estudio Clubcamping, un estudio creativo con sedes principales en Argentina y Brasil, especializado en animación 2D, utiliza técnicas de animación tradicionales para crear dibujos animados y animaciones en dos dimensiones, ha trabajado en diferentes tipos de proyectos de cortometrajes, publicidad y más, para varias marcas, y ha ganado varios premios a nivel internacional.

Desde sus inicios, Club Camping se destacó por la experiencia directa de su equipo en la industria, diferenciándose por su ambiente colaborativo y amigable. Juliana Millán y Mariano Fernandez (creadores del estudio) se han enfrentado a desafíos financieros y cambiarios en Argentina; sin embargo, a pesar de esto superaron las adversidades iniciales y consolidaron el estudio trabajando con clientes y marcas conocidas, incluyendo a Cartoon Network.

La pandemia proporcionó a Juliana y Mariano una oportunidad para prosperar, ya que la demanda de animación aumentó, permitiéndoles trabajar de forma remota y cumplir con los requisitos necesarios. Durante este período, Club Camping continuó su colaboración

exitosa con Cartoon Network y otras marcas reconocidas como Uber, Adidas, Ikea, McDonald's, Nike y Coca Cola, y se involucró en proyectos destacados, como con IKEA en el año 2023, brindándoles libertad artística y una experiencia memorable y única para el estudio.

Además, como parte integral de este proyecto, se buscará establecer relaciones comparativas con otros estudios destacados en el ámbito de la animación, como Mambo Estudios ubicado en Cali y Dinamita Estudios. Estas empresas, reconocidas por su experiencia y contribuciones al mundo de la animación 2D, serán objetos de análisis detallado. La intención es no solo comprender la singularidad y fortalezas del estudio Club Camping, sino también contextualizar su posición en relación con otros actores importantes de la industria. Este enfoque comparativo permitirá identificar patrones, mejores prácticas y posibles áreas de mejora que contribuirán a enriquecer la propuesta de valor del estudio Club Camping y aportar valiosas lecciones para el crecimiento sostenible de la industria de la animación en la región.

# USUARIO

## AGENCIAS DE ANIMACIÓN PEQUEÑAS O EMERGENTES

Las agencias pequeñas de animación son auténticos perfiles de creatividad, donde se unen individuos entre los 25 y 40 años, predominando juventud emprendedora con la experiencia consolidada. Este grupo demográfico diverso no solo refleja una mezcla única de habilidades técnicas y perspectivas, sino que también crea un ambiente de trabajo colaborativo. Desde talentosos diseñadores recién graduados hasta veteranos de la industria, la combinación de experiencia y entusiasmo crea un equilibrio perfecto para abordar proyectos desafiantes. Psicográficamente hablando, está marcado por la personalidad emprendedora, reflejando un estilo de vida que abraza la adaptabilidad y la innovación. La experimentación artística y el deseo constante de superación son rasgos intrínsecos, y el sueño compartido es establecerse como referentes en la industria, con la estabilidad financiera como trampolín para proyectos más ambiciosos. La libertad creativa es la fuerza motriz que guía sus decisiones y estrategias, permitiendo que cada proyecto sea una expresión auténtica de su visión artística y creatividad colectiva.

Las estrategias adoptadas por estas agencias son un reflejo directo de su enfoque empren-

dedor junto con la capacidad de adaptarse a las fluctuaciones del mercado, y la búsqueda constante de innovación impulsa su participación en proyectos desafiantes. La colaboración interna y externa es una piedra angular, ya que reconocen que la sinergia entre individuos talentosos amplifica la calidad de su producción. Estos estudios valoran no solo el crecimiento financiero, sino también la creación de un entorno laboral que nutre la creatividad y fomenta el desarrollo profesional. La apertura a la experimentación y la disposición para asumir riesgos calculados son elementos claves que distinguen a estas agencias en el competitivo mundo de la animación. En resumen, las agencias pequeñas de animación no solo son creadoras de contenido visual, sino también cunas de innovación y comunidades que celebran la diversidad y la creatividad en su máxima expresión.

# USUARIO

## AGENCIAS DE ANIMACIÓN PEQUEÑAS O EMERGENTES

### MAPA DE EMPATÍA

#### ¿QUE PIENSA Y SIENTE?

Buscan constantemente oportunidades para crecer, colaborar con marcas destacadas y darse a conocer en la industria.

Experimentan la presión competitiva, pero también la emoción de crear contenido innovador y memorable.

#### ¿QUE OYE?

Escuchan atentamente los comentarios de los clientes para mejorar y mantener relaciones sólidas.

Se inspiran en el éxito de otras agencias, utilizando esas historias como motivación para alcanzar sus propios logros.

#### ¿QUE VE?

Visualizan proyectos desafiantes como oportunidades para destacar y demostrar su creatividad.

Observan de cerca las tendencias del mercado para adaptarse y ofrecer contenido relevante y atractivo.



#### ¿QUE DICE Y HACE?

Comunican de manera profesional su propuesta de valor y se unen con otros estudios mas grandes para generar renombre. Se involucran en actividades de promoción proactiva, utilizando redes sociales, sitios web y otras plataformas.

# USUARIO

## AGENCIAS DE ANIMACIÓN PEQUEÑAS O EMERGENTES

### FICHA PERSONA



### DATOS DEMOGRÁFICOS:

Nombre: Jose Carvalho

Edad: 38 años

Sexo: Masculino

Ocupación: Productor del estudio de animacion Penblade y Profesor

Vive en: Santiago de Chile - Chile

### OBJETIVOS:

Busca llevar al estudio de animación Penblade a nuevos niveles de éxito y reconocimiento.

Se esfuerza por mejorar continuamente sus habilidades de liderazgo y gestión, mientras busca un equilibrio entre su vida profesional y personal.

### FRUSTRACIONES:

Experimenta presión del tiempo debido a los plazos ajustados y la intensa demanda de producción.

Se siente frustrado cuando los proyectos enfrentan obstáculos creativos o no cumplen con las expectativas.

Afronta desafíos en un mercado competitivo y fluctuante, lo que puede generar preocupación por el éxito continuo del estudio de animación.

### PERSONALIDAD:

José es un individuo carismático y ambicioso, con una mentalidad emprendedora y un fuerte sentido del deber. Es apasionado por su trabajo y está comprometido con el éxito del estudio de animación.

### HÁBITOS:

Al ser profesor universitario es un comunicador hábil, capaz de transmitir conceptos complejos de animación de manera clara y comprensible.

Planifica meticulosamente sus clases y actividades educativas, siendo organizado y metódico en su enfoque.

Trabaja en proyectos personales para contribuir al estudio y a su crecimiento personal.

# USUARIO

## FREELANCERS DE ANIMACIÓN

Los freelancers de animación constituyen un grupo diverso que abarca distintas edades, géneros y orientaciones culturales, sin embargo se encuentran mayormente en un rango de edad de entre los 25 a los 33 años, siendo estos, profesionales o entusiastas en el campo de la animación. Esta variedad multicultural no solo aporta una riqueza única a la industria de la animación, sino que también refleja la globalidad y la interconexión de profesionales independientes. Demográficamente, estos freelancers son individuos que han optado por una vida laboral autónoma, buscando la independencia y la flexibilidad para dar libertad a su creatividad. Esta diversidad demográfica enriquece su perspectiva y les permite abordar proyectos desde múltiples ángulos.

Desde el punto de vista psicográfico, los freelancers de animación reflejan la esencia misma de la creatividad e innovación. Su personalidad valiente y su actitud abierta les llevan a explorar constantemente nuevas formas de expresión y narrativa en sus proyectos. Esta mentalidad abierta no solo se refleja en su enfoque artístico, sino también en su disposición para colaborar con una variedad de profesionales y en su aprecio por

la independencia creativa. Estos individuos buscan proyectos que no solo les proporcionen ingresos, sino que también reflejen sus valores personales y aspiraciones artísticas.

A pesar de las fluctuaciones comunes en sus ingresos mensuales, los freelancers de animación siguen adelante con un deseo persistente de independencia y la búsqueda constante de desafíos artísticos. Su trayectoria profesional se ve guiada por la autenticidad, buscando proyectos que resuenen con su visión creativa y que ofrezcan un espacio para la experimentación y el crecimiento personal. En resumen, los freelancers de animación no solo son profesionales independientes, sino también agentes de cambio creativo que contribuyen a la diversidad y la innovación dentro de la industria de la animación.

# USUARIO

## FREELANCERS DE ANIMACIÓN

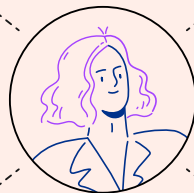
### MAPA DE EMPATÍA

#### ¿QUE PIENSA Y SIENTE?

Aspira a destacar en su campo creativo, buscando constantemente nuevas oportunidades y desafíos. Experimenta una mezcla de entusiasmo y presión, anhelando el reconocimiento por su trabajo y la satisfacción personal.

#### ¿QUE OYE?

Está atento a comentarios que le ayuden a mejorar y perfeccionar sus habilidades creativas. Escucha casos de freelancers que han logrado el éxito, sirviendo como fuente de motivación y aprendizaje.



#### ¿QUE VE?

Visualiza oportunidades para expandir su carrera y trabajar en proyectos innovadores y significativos. Observa la colaboración con otros freelancers y estudios como una vía para el aprendizaje y la inspiración.

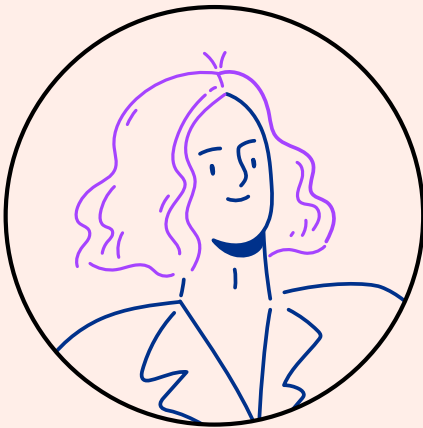
#### ¿QUE DICE Y HACE?

Expresa sus ideas y habilidades de manera efectiva en plataformas digitales y eventos de networking. Actúa al enfrentar nuevos desafíos, buscando constantemente superarse y expandir sus límites creativos.

# USUARIO

## FREELANCERS DE ANIMACIÓN

### FICHA PERSONA



### DATOS DEMOGRÁFICOS:

Nombre: Tatiana Ramirez

Edad: 27 años

Sexo: Femenino

Ocupación: Profesional de Diseño grafico, trabajando como freelancer en proyectos de animacion.

Vive en: Bogota - Colombia

### OBJETIVOS:

A corto plazo, Tatiana busca expandir su cartera de clientes y trabajar en proyectos más grandes y emocionantes.

Sueña con viajar por el mundo para explorar diferentes culturas y estilos de diseño, inspirando así su trabajo creativo.

A largo plazo, aspira a abrir su propio estudio de animación y convertirse en una figura influyente en la industria del diseño en Colombia.

### FRUSTRACIONES:

Experimenta presión del tiempo debido a los plazos ajustados y la intensa demanda de producción.

Se siente frustrado cuando los proyectos enfrentan obstáculos creativos o no cumplen con las expectativas.

Afronta desafíos en un mercado competitivo y fluctuante, lo que puede generar preocupación por el éxito continuo del estudio de animación.

### PERSONALIDAD:

José es un individuo carismático y ambicioso, con una mentalidad emprendedora y un fuerte sentido del deber. Es apasionado por su trabajo y está comprometido con el éxito del estudio de animación.

### HÁBITOS:

Tatiana es creativa y curiosa, buscando constantemente inspiración en diferentes estilos de diseño y animación.

Es organizada y metódica, utilizando herramientas de gestión de proyectos para mantenerse al día con sus compromisos.

Participa en comunidades en línea para colaborar con otros creativos y recibe retroalimentación sobre su trabajo.

# MARCO DE REFERENCIA

## INDUSTRIA DE ANIMACIÓN 2D – INDUSTRIA AGENCIAS DE ANIMACIÓN

La industria de la animación ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, convirtiéndose en un sector clave del mercado audiovisual a nivel mundial. Según el Libro Blanco de la industria española de la animación y los efectos visuales, en España, la industria de la animación y de los efectos visuales comprende el 4% del total de las empresas audiovisuales, generando el 20% del empleo del sector audiovisual, lo que corresponde a cerca de 8.000 profesionales, de los cuales un 35% son empleo femenino. Este crecimiento ha supuesto la creación de numerosos puestos de trabajo altamente cualificados y de jóvenes profesionales.

En Iberoamérica, la industria de la animación ha experimentado un notable crecimiento, con la presencia de numerosas productoras y asociaciones que impulsan el desarrollo del sector en la región. Según el Libro Blanco Qui-rino de la Animación Iberoamericana, la internacionalización de la industria de la animación se reconoce no solo en sus talentos y en las coproducciones, sino también en su comercialización, donde el 70% de la facturación de las empresas españolas dedicadas a la animación proviene del exterior.

La pandemia de Covid-19 ha supuesto un desafío sin precedentes para la industria de la animación, afectando la producción, distribución y exhibición de contenidos audiovisuales

en todo el mundo. Sin embargo, según el informe "La resiliencia de la animación tras la Covid-19: una apuesta segura de futuro", la demanda de contenidos animados ha aumentado debido a la necesidad de entretenimiento en tiempos de confinamiento, lo que ha impulsado la creación de nuevos proyectos y colaboraciones en el sector.

La digitalización ha sido un factor clave en la evolución de la industria de la animación, permitiendo a las empresas desarrollar contenidos innovadores y llegar a audiencias globales a través de plataformas digitales y redes sociales. Según el mismo informe, la colaboración entre empresas de animación, instituciones educativas y organismos gubernamentales es esencial para fomentar el crecimiento sostenible del sector y garantizar su relevancia en el panorama internacional.

La resiliencia de la industria de la animación se ha evidenciado en su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado y afrontar desafíos como la pandemia. Según el informe de resiliencia de la animación, la mayoría de las asociaciones encuestadas declararon que no se detectó el cierre de ninguna empresa de producción de animación durante la pandemia, lo que destaca la fortaleza del sector en momentos de crisis.

A pesar de los desafíos, la industria de la animación ha demostrado ser un motor de empleo y crecimiento económico en Iberoamérica. Datos del Libro Blanco de la animación indican que el sector genera el 20% del empleo del sector audiovisual en España, lo que refleja la importancia de esta industria en la generación de oportunidades laborales y en la economía del país.

## Del Lapiz para el Mundo

La colaboración internacional es fundamental para el desarrollo de la industria de la animación en Iberoamérica. Según el Libro Blanco Quirino de la Animación Iberoamericana, la internacionalización de la industria se ha convertido en un pilar clave para el crecimiento y la proyección global de las empresas de animación en la región, permitiendo la realización de coproducciones y la expansión de mercados.

La diversificación de los trabajos en el sector de la animación ha sido una estrategia clave para la supervivencia de las empresas durante la pandemia. Según el informe de resiliencia de la animación, muchas productoras han optado por diversificar sus operaciones y ofrecer servicios adicionales, como ilustraciones, clases online o diseño gráfico, para adaptarse a la demanda del mercado y mantener su actividad económica.

La adaptabilidad y flexibilidad de las empresas de animación han sido fundamentales para enfrentar los retos del mercado y mantener su competitividad. Según el informe, las empresas productoras de animación son conocidas por su capacidad para adaptarse a una demanda variable, modificar su equipo de trabajo según la carga de proyectos y amortizar periodos de baja actividad para reestructurar creativamente y generar contenidos propios.

En conclusión, la industria de la animación se posiciona como un sector estratégico en la economía audiovisual, con un impacto significativo en el empleo, la innovación y la proyección internacional de Iberoamérica. La resiliencia demostrada durante la pandemia y la colaboración entre empresas, instituciones y gobiernos son clave para garantizar un crecimiento sostenible y una mayor relevancia en el mercado global de la animación.

## EXPANSIÓN GLOBAL – TRABAJO REMOTO

La pandemia de COVID-19, que sacudió al mundo en 2020, desencadenó una serie de transformaciones significativas en la forma en que las empresas operan a nivel global. Uno de los cambios más notables fue la rápida adopción del trabajo remoto como respuesta a las medidas de distanciamiento social implementadas para contener la propagación del virus. Esta transición acelerada hacia el trabajo desde casa no solo alteró los modelos tradicionales de trabajo, sino que también impulsó la digitalización y la virtualidad en los entornos laborales.

En este contexto, Estados Unidos emergió como un líder en la implementación y regulación del trabajo remoto, aprovechando su experiencia previa en el desarrollo de esta modalidad laboral. Expertos como Oscar Oszlak han sido fundamentales para comprender la evolución del trabajo remoto y sus implicaciones en los entornos laborales. En el año 2024, la experiencia adquirida durante la pandemia de 2020 sigue siendo relevante, ya que los aprendizajes obtenidos pueden guiar futuras expansiones del trabajo remoto y la integración de tecnologías digitales en las empresas.

La expansión global de las empresas se ha visto impulsada por la virtualidad y la digitalización, fenómenos que han experimentado un crecimiento exponencial desde la crisis del COVID-19. La adopción masiva de tecnologías digitales ha generado oportunidades y desafíos para las organizaciones, especialmente en términos de seguridad de la información, gestión de datos y adaptación a entornos laborales híbridos. La demanda de servicios

de alojamiento en la nube, soluciones tecnológicas y herramientas de colaboración remota ha aumentado significativamente, transformando la forma en que las empresas operan a nivel mundial.

Datos estadísticos recopilados en los últimos años revelan un crecimiento continuo en la práctica del trabajo remoto a nivel global, con un aumento significativo en la cantidad de trabajadores que desempeñan sus labores desde sus hogares. Este cambio en los modelos de trabajo ha impactado la productividad de los empleados, subrayando la importancia de la comunicación efectiva, la colaboración remota y la gestión del tiempo en un entorno laboral descentralizado.

La digitalización y la virtualidad han sido fuerzas impulsoras en la expansión global de las empresas y la adopción generalizada del trabajo remoto. La experiencia pasada de la pandemia de COVID-19 ha dejado una huella duradera en la forma en que las organizaciones abordan el trabajo a distancia y la integración de tecnologías digitales en sus operaciones. En el panorama actual de 2024, las empresas continúan adaptándose a un entorno laboral en constante evolución, aprovechando las lecciones aprendidas para impulsar la innovación y la eficiencia en un mundo cada vez más digitalizado.

## DISEÑO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN

El diseño gráfico ha evolucionado significativamente en el contexto de la comunicación contemporánea, convirtiéndose en un elemento fundamental en la transmisión de mensajes visuales efectivos. Según el documento "Rol del diseñador gráfico como comunicador: mediador o intermediario", se destaca la importancia del diseñador gráfico en los montajes expositivos y en las estrategias de comunicación de los museos, donde su labor contribuye a la promoción educativa e identitaria.

La transición del diseñador gráfico a un comunicador mediador se relaciona con la visión de Jesús Martín Barbero sobre la participación activa de los comunicadores en la construcción de una nueva sociedad, como se menciona en el documento "El diseñador gráfico en los procesos de comunicación: ¿mediador o intermediario?". Esta evolución del diseñador gráfico se enmarca en un mundo globalizado y tecnológico, donde su práctica profesional se ha transformado para adaptarse a las nuevas dinámicas de la industria cultural y creativa, como se expone en el documento "Diseño gráfico".

En el ámbito de las estrategias de comunicación, el documento "Estrategias de comunicación" destaca la importancia de realizar búsquedas avanzadas en Internet para filtrar y verificar información específica, considerando la sobrecarga de datos en la era digital. Esta práctica de búsqueda precisa y verificada es esencial para los diseñadores gráficos que buscan información relevante para sus proyectos comunicativos.

El diseñador gráfico se posiciona como un

## Del Lapiz para el Mundo

agente clave en la construcción de mensajes visuales impactantes y significativos para la sociedad actual, interactuando con la industria cultural y adaptándose a un entorno comunicativo en constante cambio. Su labor en los museos y en otros espacios comunicativos refleja la importancia de su rol en la transmisión de identidades y en la creación de experiencias comunicativas memorables.

En conclusión, el diseñador gráfico desempeña un papel crucial como mediador en la comunicación contemporánea, fusionando la creatividad visual con la funcionalidad comunicativa para generar mensajes efectivos y relevantes en un mundo cada vez más interconectado y visualmente orientado. Su evolución hacia un comunicador mediador refleja la necesidad de adaptarse a las transformaciones de la sociedad y de la industria cultural, empleando estrategias actualizadas y conocimientos especializados para responder a las demandas comunicativas de la actualidad.

El diseñador gráfico, como mediador en los procesos de comunicación, se enfrenta a la tarea de traducir conceptos complejos en mensajes visuales accesibles y atractivos para el público objetivo. Esta labor implica no solo habilidades técnicas y creativas, sino también una comprensión profunda de los contextos culturales y sociales en los que se desenvuelve, como se analiza en el documento "El diseñador gráfico en los procesos de comunicación: ¿mediador o intermediario?".

La capacidad del diseñador gráfico para influir en la percepción y comprensión de la información a través de elementos visuales lo convierte en un actor clave en la construcción de significados y en la generación de experiencias comunicativas enriquecedoras. Su rol como mediador implica no solo transmitir mensajes, sino también facilitar la interacción y el diálogo entre emisor y receptor, creando

conexiones emocionales y cognitivas que trascienden las barreras lingüísticas y culturales.

En el contexto actual, marcado por la saturación de información y la brevedad de la atención, el diseñador gráfico se enfrenta al desafío de captar y mantener el interés del público a través de propuestas visuales innovadoras y relevantes. Su capacidad para combinar estética, funcionalidad y significado en un diseño coherente y persuasivo es fundamental para lograr impacto y resonancia en un entorno comunicativo cada vez más competitivo y diverso.

Además, el diseñador gráfico como mediador en la comunicación contemporánea debe estar en constante actualización y exploración de nuevas tendencias, tecnologías y enfoques creativos para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y del público. Su capacidad para anticipar y responder a las necesidades comunicativas emergentes lo posiciona como un agente de cambio y de innovación en un campo en constante evolución y transformación.

En este sentido, el diseñador gráfico no solo cumple un rol funcional en la transmisión de mensajes, sino que también ejerce una influencia significativa en la construcción de significados, en la configuración de identidades y en la promoción de valores y visiones en la sociedad. Su labor como mediador en los procesos de comunicación trasciende lo meramente estético para convertirse en un catalizador de experiencias y en un constructor de narrativas visuales que impactan y transforman la realidad.

La Industria de Animación 2D, la expansión global con el trabajo remoto y el diseño como mecanismo de comunicación forja un pano-

rama dinámico y entrelazado en el ámbito audiovisual y creativo.

En la Industria de Animación 2D, el crecimiento sostenido y la resiliencia destacan su capacidad para generar empleo y proyección internacional, especialmente en Iberoamérica. La colaboración internacional se revela como un pilar esencial, propiciando coproducciones y expansión de mercados, fortaleciendo así el sector a nivel global. La diversificación de servicios y la adaptabilidad a los desafíos del mercado, como evidencian las estrategias durante la pandemia, subrayan la vitalidad y flexibilidad del sector.

La expansión global, marcada por la adopción masiva del trabajo remoto, redefine los modelos laborales y propulsa la virtualidad. Estados Unidos emerge como líder en esta transformación, capitalizando la experiencia previa para orientar futuras implementaciones. La virtualidad y digitalización impactan directamente en la forma en que las empresas operan a nivel mundial, generando oportunidades y desafíos, y transformando la comunicación y la gestión laboral.

El diseño, como mecanismo de comunicación, experimenta una evolución significativa. Más allá de su función estética, se erige como un mediador fundamental en la transmisión de mensajes visuales impactantes y significativos para la sociedad actual. La capacidad del diseñador gráfico para influir en la percepción, crear experiencias comunicativas memorables y adaptarse a un entorno saturado de información destaca su importancia como agente de cambio e innovación.

En conjunto, estos tres componentes forman un tejido complejo donde la creatividad, la adaptabilidad y la innovación son factores determinantes. La interrelación entre la animación, la expansión global y el diseño

revela un panorama audiovisual en constante evolución, impulsado por la tecnología y la colaboración internacional, donde la resiliencia y la capacidad de adaptación son fundamentales para el éxito en un entorno dinámico y desafiante.

## OTROS CASOS DE ESTUDIO

Mambo estudios.  
Dinamita estudios.  
Penblade estudios  
Six estudios

# METODOLOGÍA

La metodología seleccionada para llevar a cabo la investigación y diseño de estrategias es el Design Thinking, un enfoque proyectual centrado en el usuario que fomenta la creatividad y la resolución de problemas de manera colaborativa. Este enfoque se desplegará en varias etapas, cada una contribuyendo al logro de los objetivos específicos delineados en el proyecto.

La primera fase, **Empatizar**, buscará comprender a fondo las necesidades y desafíos de las pequeñas y medianas empresas y freelancers de animación en Latinoamérica, utilizando herramientas como entrevistas, análisis de casos de éxito y encuestas. Esta etapa establecerá una base sólida al comprender en profundidad el contexto y las características de los usuarios, tomando como referencia la experiencia de Club Camping.

La fase **Definir** clarificará los problemas y oportunidades identificados, estableciendo objetivos específicos y delimitando el alcance de la intervención. Se emplearán herramientas como mapas de empatía y definición de problemas, contribuyendo a concretar los desafíos que enfrentan las pequeñas empresas de animación y facilitando la formulación de estrategias específicas.

En la etapa **Idear**, se promoverá la generación de ideas creativas y soluciones innovadoras para abordar los problemas identificados, tomando inspiración de la experiencia y estrategias de Club Camping junto con otros estudios de animación. Sesiones de lluvia de ideas, prototipado rápido y benchmarking de estrategias exitosas serán las herramientas clave en esta fase, estimulando la creatividad y proponiendo soluciones prácticas y efecti-

vas.

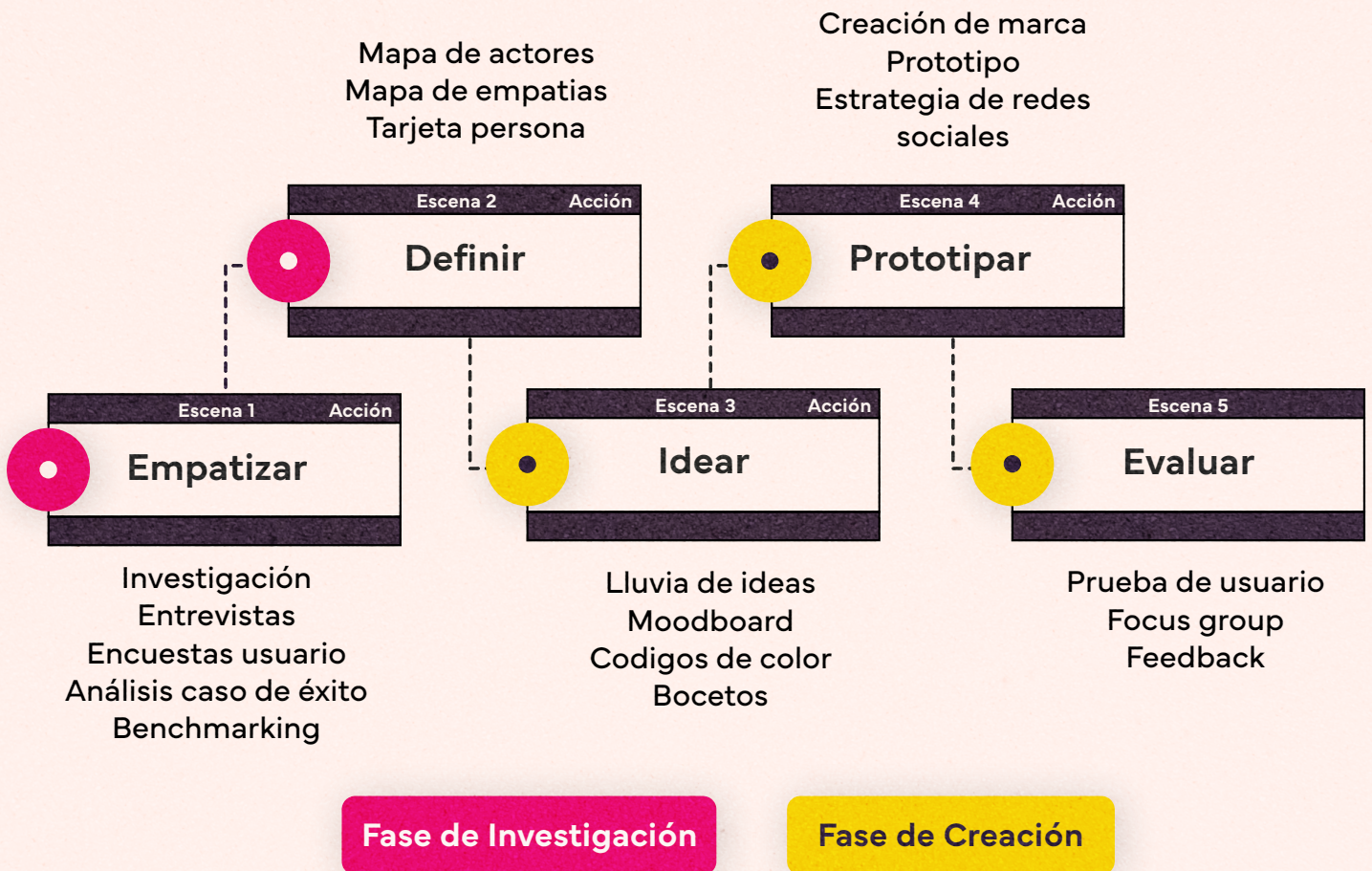
La fase **Prototipar** implicará la construcción de modelos y prototipos de las estrategias diseñadas, permitiendo una evaluación temprana y la identificación de posibles ajustes. Desarrollo de prototipos, pruebas piloto y revisión por expertos del sector contribuirán a garantizar la viabilidad y efectividad de las estrategias antes de su implementación completa.

En la etapa **Testear**, se llevarán a cabo pruebas más amplias de las estrategias con pequeñas empresas de animación y freelancers, recopilando retroalimentación y ajustando según sea necesario. Evaluaciones de usuarios, análisis de resultados y encuestas de satisfacción serán las herramientas clave para validar la aplicabilidad y aceptación de las estrategias propuestas en un entorno real.

Finalmente, la fase **Implementar** supervisará la implementación gradual de las estrategias validadas, asegurando una integración efectiva en las pequeñas empresas de animación. Planificación de implementación, capacitación y seguimiento continuo serán las herramientas utilizadas para lograr una integración exitosa de las estrategias diseñadas, aprovechando la experiencia y éxito de Club Camping como modelo de referencia.

# METODOLOGÍA

## DESIGN THINKING



# MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

En primer lugar, se hizo contacto con el estudio de animación aliado y experto temático (Clubcamping) para identificar el posicionamiento actual de este estudio en el mercado, generando un análisis por medio de una matriz Dofa como herramienta para encontrar sus estrategias de posicionamiento actual, posteriormente se llevaron a cabo entrevistas con los directores de diversos estudios de animación a nivel nacional en Colombia, siendo estos a Julián Sánchez (Director de Dinamita estudios) y Juan Manuel Duque (Director de Mambo studios en cali), y a nivel internacional en Latinoamérica entrevistas a Martin Lara (Profesor de animación y colorimetría, director de animación de Six Studio en Argentina) y finalmente a Jose Carvalho (Profesor y productor de Penblade Studio en Chile). Estas entrevistas se diseñarán de manera estructurada para obtener información detallada sobre las estrategias, desafíos y experiencias de cada estudio. Los directores se convertirán en fuentes directas y valiosas de datos, proporcionando perspectivas internas sobre la gestión, procesos creativos y decisiones estratégicas que han influido en el desarrollo de sus empresas.

Además de las entrevistas, se realizarán observaciones directas de casos específicos, analizando proyectos destacados de los estudios seleccionados. Esto permitirá obtener información sobre la calidad de su trabajo, su enfoque creativo y la implementación de estrategias de comunicación visual.

Como complemento, se llevarán a cabo revisiones exhaustivas de casos, estudios, artículos y publicaciones indexadas relacionadas con la animación, tanto a nivel nacional como internacional. Este análisis de fuentes secun-

darias proporcionará un contexto más amplio y permitirá comparar y contrastar las experiencias de los estudios de animación entrevistados con las tendencias y mejores prácticas identificadas en la literatura especializada.

Finalmente, se realizaron encuestas hacia el público objetivo en donde se recolectó información demográfica y conductual hacia los dos usuarios objetivos (freelancers y estudios de animación), observando de igual manera puntos de dolor y motivaciones de cada uno de estos.

La combinación de entrevistas con directores de estudios de animación y el análisis de fuentes secundarias ofrecerá una base sólida para comprender a fondo el panorama actual de la animación, identificar patrones comunes y excepciones, y formular estrategias efectivas para el diseño de la propuesta de valor del estudio Club Camping y los demás estudios referentes.



# MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

## ENTREVISTAS

### ENTREVISTA 1 – ALIADO

Juliana Millán (Productora del Estudio de animacion Club Camping en Argentina)

### ENTREVISTA 2

Juan Manuel Duque (Director de Mambo studios en cali - Colombia)

### ENTREVISTA 3

Julián Sánchez (Director de Dinamita estudios en cali - Colombia)

### ENTREVISTA 4

José Carvallo (Profesor y productor de Penblade Studio en Chile)

### ENTREVISTA 5

Martín Lara (Profesor de animación y colorimetría, director de animación de Six Studio en Argentina)

## CONCLUSIONES ENTREVISTAS

Como resultado de las entrevistas con los estudios de animacion se obtuvieron 4 conclusiones:

- Redes sociales como herramienta de promocion
- Industria muy limitada en latinoamerica
- Buscar el estilo especifico y unico de cada estudio y freelancer
- Busqueda de proyectos por medio de contacto directo

# MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

## INSIGHTS

## ENTREVISTAS

"Empresas extranjeras buscan talento latinoamericano debido a los precios bajos de trabajo."

"La gestion legal empresarial es de vital importancia para el exito al emprender y crear estudios."

"La pandemia de COVID-19 aumentó la demanda de proyectos, teniendo un impacto positivo en la industria."

"Para el exito en la creacion de un estudio junto con un equipo debe de haber una motivacion superior a la de las ganancias economicas."

"En la actualidad las redes sociales hacen una parte muy importante para la difusion del material y del posicionamiento de las empresas y freelancers."

"En la actualidad las redes sociales hacen una parte muy importante para la difusion del material y del posicionamiento de las empresas y freelancers."

"El consumo de obras nacionales y locales debe de hacerse para conocer el mercado interno antes de adentrarse al externo."

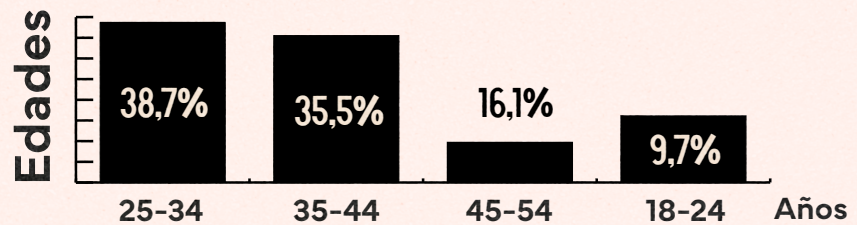
"El modelo actual de trabajadores internos en colombia no es rentable por lo que se prefiere contratar freelancers separados al equipo de planta."

"La industria de animacion en latinoamerica es muy pequeña y todos se conocen entre todos."

# MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

## ENCUESTA

Encuestados:  
**31**  
Profesionales



**48,4%**

Hacen parte del equipo de un estudio

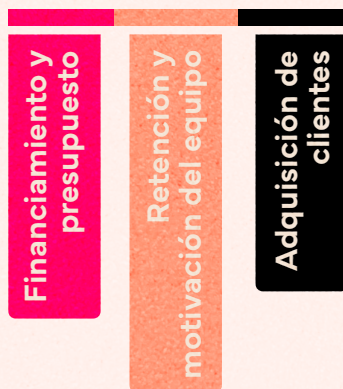
**41,9%**

Freelancers

**63,3%**

Están considerando establecer su propio estudio de animación

Mayores desafíos que enfrentan o anticipan al tener un estudio de animación



¿Como se dan a conocer en la industria?

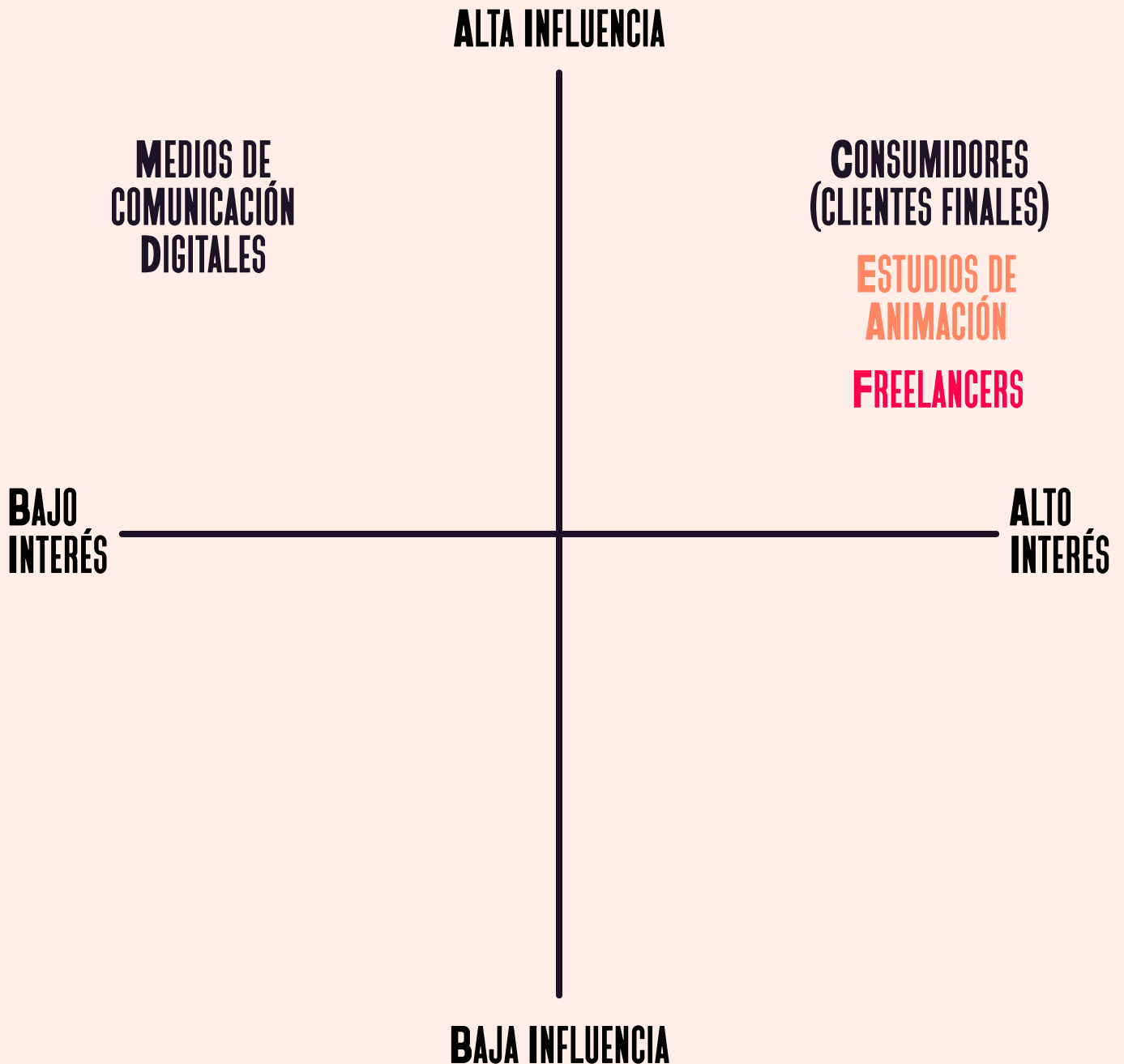


Estrategias efectivas para el escalamiento



# MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

## MAPA DE ACTORES



# BENCHMARKING

El Benchmarking, como herramienta de gestión empresarial, ha sido moldeado por la influencia de destacados expertos, entre ellos Robert Camp y Michael J. Spendolini. Robert Camp, reconocido como uno de los pioneros en la conceptualización y aplicación del Benchmarking en el ámbito empresarial, popularizó esta metodología en la década de 1980. Desarrolló un enfoque sistemático y estructurado para comparar las operaciones, procesos y resultados de una organización con los de otras empresas líderes en la industria, con el objetivo de identificar y adaptar las mejores prácticas y estrategias utilizadas por estas organizaciones de alto rendimiento.

Camp creó un modelo de Benchmarking que se convirtió en uno de los más utilizados en el mundo empresarial, proporcionando un marco de referencia para realizar análisis comparativos exhaustivos y efectivos. Su metodología se basa en la premisa de que las mejores prácticas no ocurren por casualidad, sino que son el resultado de un esfuerzo consciente y sistemático por parte de las organizaciones líderes. Al estudiar y emular estas prácticas, las empresas pueden acelerar su proceso de mejora continua y alcanzar niveles superiores de desempeño.

Por otro lado, en 1992, Michael J. Spendolini contribuyó significativamente al campo con su libro "The Benchmarking Book", consolidándose como un referente en la gestión y mejora de procesos empresariales. En su obra, Spendolini explora el concepto de benchmarking, proporcionando insights valiosos sobre cómo implementar estrategias efectivas para lograr la excelencia operativa y la mejora continua.

Ambos expertos, Camp y Spendolini, han dejado un legado importante en el ámbito del Benchmarking, destacando su papel clave en la optimización de procesos, el impulso de la competitividad y la satisfacción de las demandas cambiantes del mercado. Sus enfoques estructurados y orientados a resultados han sido adoptados por numerosas organizaciones en todo el mundo como estrategias fundamentales para impulsar la excelencia operativa y el crecimiento sostenible en el contexto empresarial.

# CRITERIOS

## 1. PARTICIPACIÓN EN LAS REDES DIGITALES:

Este criterio evalúa la presencia y participación activa del estudio de animación en comunidades digitales relevantes, como redes sociales, páginas web y plataformas especializadas. La interacción con fanáticos, seguidores, profesionales de la industria y potenciales clientes puede contribuir significativamente a la visibilidad y reputación del estudio en el entorno digital, lo que impacta directamente en su participación en el mercado.

## 2. POTENCIA DEL MODELO CORPORATIVO

Implica desarrollar estrategias de promoción y marketing, adaptarse a mercados locales y globales, adaptarse a las tendencias de la actualidad, tener presencia en plataformas internacionales, establecer alianzas estratégicas y tener establecida una identidad de marca.

## 3. ESCALAMIENTO EXITOSO

El escalamiento exitoso a nivel global es de suma importancia en el proyecto, ya que esto conlleva a que el modelo sea conocido y reconocido en diferentes regiones o países, y tenga una presencia activa en eventos, festivales, plataformas de distribución y otros canales relevantes en la industria de la animación a nivel global, por otro lado, para su exitoso escalamiento el modelo del estudio de animación debe adaptarse a diferentes mercados y culturas a nivel global, generando también alianzas internacionales para lograr una mayor visibilidad y aceptación en estos mercados globales.

# CRITERIOS

## 4. ACCESIBILIDAD

Se debe generar fácil accesibilidad para una audiencia global diversa. Esto puede implicar la traducción del contenido a varios idiomas, la adaptación del contenido a diferentes culturas y la presentación del modelo de una manera clara y comprensible para diferentes segmentos de audiencia, incluyendo a aquellos con diferentes niveles de familiaridad con la industria de la animación.

## 5. DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Para la evaluación del benchmarking es indispensable el diseño y comunicación debido a que, al ser un estudio creativo de animación, tienen una base sólida en el diseño y comunicación; sin embargo, deben de generar visibilización por medio de elementos visuales, identidad gráfica, los valores y la personalidad del estudio para comunicar por diferentes plataformas y medios y crear así reconocimiento entre la competencia.

## 6. INTERACTIVIDAD:

Al ser este sector de animación, uno muy creativo y digital, se genera la oportunidad de crear una mayor interactividad por medio de elementos físicos con la audiencia y el público, como los objetos y elementos físicos que se relacionen con los proyectos trabajados con diferentes marcas y así implementar merchandising de marcas y del propio estudio, todo esto potenciado por redes sociales digitales.

# BENCHMARKING SECTORIAL

## RUDO COMPANY

Estudio de animación fundado en 2014 por Ezequiel Torres y Pablo Rafael Roldán, En la actualidad dos áreas fuertes mantienen la compañía. Por un lado, la dirección de proyectos de animación para publicidad, y por otro, la parte más creativa y libre, donde generan el contenido que quieren y rescatan su espíritu libre e independiente.

Lo que distingue su trabajo es su excelente animación 2D tradicional, el gran dinamismo con el que manejan la cámara y sus planos, el gusto por la acción y su manejo de color, ya sea con la intensidad que genera un buen blanco y negro o el brillo y diversión multicolor. Toman inspiración en la animación japonesa conocida como Sakuga, que es básicamente cuando los animadores pasan de usar trucos para reducir fotogramas, como sólo animar la boca, a animar cada fotograma con movimiento fluido. Una animación de alta calidad, excepcionalmente expresiva, dramática y realista.

**Página Web:** <https://rudocompany.com/about/>



## DINAMITA ESTUDIO

"Dinamita es un colectivo colaborativo de animación "art driven" de origen Bogotano. Impulsados por el deseo de conocer, investigar e implementar procesos innovadores en la creación de animación, se han unido en un equipo que está compuesto por animadores, artistas visuales, diseñadores y productores audiovisuales. Establecido a finales del 2016, Dinamita se ha posicionado como uno de los estudios de animación 2D (Digital) más reconocidos en Colombia y de referencia en Latinoamérica.

Guiados por la ambición de fortalecer la industria de la animación, Dinamita cuenta con un equipo talentoso y enérgico, comprometido en la generación de contenido valioso con altos estándares de calidad. Este colectivo, que ha animado capítulos de Rick and Morty, una serie de televisión estadounidense de animación para adultos transmitida por HBO Max y Amazon Prime, emplea a 75 personas y factura más de un millón de dólares al año. Dinamita se ha convertido así en un pilar importante en el panorama de la animación colombiana, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de la industria en la región."

**Página Web:** <https://dinamitaanimacion.com/>



# BENCHMARKING SECTORIAL

## MAMBO STUDIO

Mambo Studio, bajo la dirección de Juan Manuel Duque, destaca como un destacado estudio de animación especializado en la creación de contenidos digitales en 2D y 3D. Reconocido por sus logros, este estudio ha obtenido premios y brinda su apoyo a empresas a nivel mundial, utilizando videos animados como una eficaz herramienta para lograr resultados impactantes.

Esta productora de animación colombiana ha experimentado un asombroso crecimiento del 1200% desde su establecimiento, generando actualmente alrededor de 50 empleos directos. De manera notable, el 45% de estos puestos están ocupados por mujeres, y el 90% son desempeñados por creativos menores de 30 años. Mambo Studio, bajo la dirección de su CEO Juan Manuel Duque Garrido, ha logrado expandir sus servicios a ocho países y proyecta un crecimiento adicional del 150% para el presente año, comparado con los resultados obtenidos el año anterior.

Consciente de que la animación no solo está consolidándose en Colombia, sino que también se presenta como una poderosa herramienta para narrar diversas historias y liberar la imaginación de los creadores, Juan Manuel Duque Garrido lidera con visión y determinación el camino hacia el éxito de Mambo.

**Página Web:** <https://mambostudio.tv/>

## PENBLADE STUDIO

Penblade Studios dirigido por José Miguel Carvallo y Christian Pincheira, es un estudio de animación chileno que recientemente se ha destacado por su labor en la animación de cápsulas comerciales para Cartoon Network, dirigidas específicamente al público chileno. En estas cápsulas, se ha podido apreciar a los icónicos personajes de la cadena estadounidense interactuando en diversos escenarios a lo largo del país, desde participar en festividades tradicionales como una fonda hasta formar parte del reconocido programa chileno Pasapalabra.

El éxito alcanzado por estas producciones ha permitido que el trabajo de Penblade Studios sea conocido por un amplio público, ganando reconocimiento por la calidad y creatividad de sus animaciones. Sin embargo, detrás de estos comerciales para Cartoon Network, el estudio guarda historias personales y relatos de carácter más adulto, como lo evidencia su proyecto llamado "Nano".

El nombre del estudio, Penblade, refleja la lucha compartida por enfrentar las dificultades inherentes a la industria de la animación en Chile, como los desafíos relacionados con los plazos de entrega ajustados y los presupuestos limitados. A pesar de estas adversidades, el equipo de Penblade Studios está comprometido a hacerse un espacio en la industria nacional de la animación, mostrando el talento y la dedicación de sus artistas.







En un contexto donde la animación en Chile aún no es vista como una actividad rentable y donde la realización de proyectos propios es un desafío considerable debido a la dependencia de fondos externos, Penblade Studios se esfuerza por demostrar el valor y la eficacia de la animación como medio de contar historias. Superando estas barreras, el estudio busca establecerse como un referente en la industria, enfrentando el desafío de crear sus propios fondos para llevar a cabo sus visiones creativas.

**Página Web:** <https://www.instagram.com/penbladestudio/>



## MATRIZ DE DOBLE ENTRADA – SECTORIAL

	1	2	3	4	5	6	Total
 Rudo Company	3	4	4	4	5	2	22/30
 Dinamita Estudio	4	4	4	3	5	3	23/30
 Mambo estudio	3	5	4	4	5	3	24/30
 Penblade Studio	3	3	4	3	5	2	20/30
<b>Total</b>	<b>10/20</b>	<b>13/20</b>	<b>12/20</b>	<b>11/20</b>	<b>14/20</b>	<b>9/20</b>	

## ANÁLISIS SECTORIAL

Luego de realizar la matriz de doble entrada de los referentes sectoriales, se puede identificar una oportunidad de mejoría en el criterio de participación en redes sociales digitales con respecto a los 4 referentes trabajados, se identifica además una baja interactividad en esta industria debido a que es un sector muy digital que puede ser interactivo por medio de redes digitales, pero no lo es tanto desde un punto físico dirigido al merchandising. Todos los referentes hacen un muy buen manejo de identidad visual, ya que esta industria es ampliamente creativa y visual.

# BENCHMARKING NO-SECTORIAL

## RAPPI

Rappi es una compañía multinacional colombiana que actúa como plataforma de intermediación entre varios tipos de usuarios. Fue fundada en Colombia en 2015 por los Caleños, Simón Borrero, Sebastián Mejía y Felipe Villamarín y hoy está presente en 9 países de América Latina (México, Costa Rica, Colombia, Perú, Ecuador, Chile, Argentina, Uruguay y Brasil) y más de 250 ciudades. Tiene oficinas en Bogotá, São Paulo y la Ciudad de México.

Rappi ha sido definida como la SuperApp Latinoamericana y una de las empresas con un mayor crecimiento en la región.



## APPLE

Apple es una empresa multinacional de tecnología con sede en Cupertino, California, Estados Unidos. Fue fundada en 1976 por Steve Jobs, Steve Wozniak y Ronald Wayne. Apple es conocida por su línea de productos electrónicos, así como por su software, que incluye el sistema operativo iOS, macOS y otros productos y servicios relacionados.

Apple es una de las empresas de tecnología más grandes y exitosas del mundo, conocida por su innovación en diseño y tecnología, así como por su enfoque en la experiencia del usuario. Sus productos y servicios han tenido un gran impacto en la forma en que las personas utilizan la tecnología en su vida diaria, y la marca Apple se ha convertido en un símbolo de calidad, innovación y estatus en la industria de la tecnología y más allá.

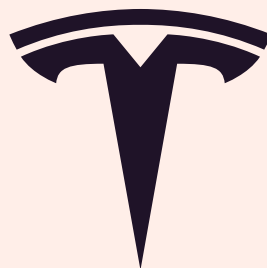


# TESLA

Tesla, Inc. es una empresa estadounidense de automóviles eléctricos y energía renovable con sede en Palo Alto, California. Fue fundada en 2003 por Elon Musk, Martin Eberhard y Marc Tarpenning, y se dedica a la fabricación y venta de vehículos eléctricos, así como a la producción y almacenamiento de energía renovable.

Elon Musk es el fundador y director ejecutivo de Tesla, y es ampliamente conocido por su papel en la dirección de la empresa. Tesla es conocida por su enfoque innovador en la fabricación de vehículos eléctricos.

Además de los vehículos eléctricos, Tesla también está involucrada en la producción y almacenamiento de energía renovable. La visión de Tesla es acelerar la transición mundial hacia la energía sostenible y la movilidad eléctrica, y ha tenido un impacto significativo en la industria automotriz y en la conciencia pública sobre la energía renovable y la movilidad sostenible.



TESLA

## MATRIZ DE DOBLE ENTRADA – SECTORIAL

	1	2	3	4	5	6	Total
Rappi	5	5	5	4	3	4	26/30
Apple	5	5	5	5	5	5	30/30
Tesla	5	5	5	4	4	5	28/30
Total	15/15	15/15	15/15	13/15	12/15	14/15	

## ANÁLISIS NO SECTORIAL

Luego de realizar la matriz de doble entrada de los referentes no sectoriales, se puede identificar que todos los referentes escogidos cumplen satisfactoriamente todos los criterios a trabajar con respecto a la innovación y a un modelo exitoso corporativo para el escalamiento global, ya que son empresas internacionales con un alto recorrido en el mercado que los vuelve altamente competitivos.

# CONCLUSIONES DE INVESTIGACIÓN

Basándonos en el planteamiento del problema presentado y en la investigación realizada, podemos generar las siguientes conclusiones que evidencian los resultados obtenidos a partir del trabajo de investigación y arrojan respuestas a la problemática planteada:

- Las pequeñas empresas de animación en Colombia enfrentan desafíos significativos en su gestión y posicionamiento en un mercado altamente competitivo, donde la dificultad para destacarse y prosperar se presenta como un obstáculo fundamental.
- Existe una necesidad de diseñar estrategias integrales que combinen elementos de gestión financiera, desarrollo de productos y comunicación visual adaptados a las particularidades del sector de la animación, con el fin de impulsar el crecimiento y desarrollo de estas empresas.
- La experiencia y éxito de Club Camping y otros estudios se posiciona como un modelo de referencia que puede guiar a las pequeñas empresas de animación emergentes, proporcionándoles herramientas prácticas y conocimientos especializados en diseño de comunicación visual, gestión financiera y desarrollo de productos.
- La realización de entrevistas con directores de estudios de animación a nivel nacional e internacional, así como la observación directa de casos específicos y el análisis de fuentes secundarias, son estrategias fundamentales para comprender a fondo el panorama actual de la animación y formular estrategias efectivas por medio del estudio de caso de Club Camping.
- Es crucial abordar de manera integral la problemática de las pequeñas empresas de animación en Colombia, considerando aspectos como la gestión financiera, la adaptabili-

dad al mercado y la construcción de una base de clientes sólida para lograr su consolidación y expansión en un entorno en constante evolución.

En conclusión, las pequeñas empresas de animación en Colombia enfrentan desafíos significativos que requieren de estrategias específicas y adaptadas a su contexto para lograr destacarse y prosperar en un mercado altamente competitivo. La experiencia de Club Camping y la implementación de metodologías integrales pueden ser clave para el crecimiento y desarrollo exitoso de estas empresas en la industria de la animación.



# REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

Necesidad	Requerimiento	Tipo	O/D	Descripción
El Producto/Servicio debe ser atractivo y llamativo para generar interés, el usuario debe conocer las dinámicas del mercado	Lenguaje gráfico intuitivo	Estético comunicativo	Obligación	Fotografías. Textos mínimos. Figuras básicas. Paleta cromática llamativa.
El usuario debe tener Accesibilidad Virtual	Plataforma Digital	Estético comunicativo	Deseo	Diseñar una interfaz de usuario fácil de navegar y comprender, permitiendo el acceso sencillo a la plataforma desde diferentes dispositivos y regiones de Latinoamérica.
Personalización de Perfiles	Interfaz de Usuario Personalizable	Tecno Productivo	Deseo	Proporcionar a los freelancers la capacidad de personalizar sus perfiles, destacando sus habilidades, proyectos anteriores y logros de manera visualmente atractiva.
Guía de Autopromoción para usuarios	Tutoriales o guías Interactivos	Tecno Productivo	Obligación	Incluir tutoriales interactivos que guíen a los freelancers para promocionarse efectivamente, utilizando ejemplos de casos de éxito y ofreciendo consejos prácticos.
Sección de Casos de Éxito	Galería de proyectos	Tecno Productivo	Obligación	Sección dedicada a mostrar casos de éxito, incluyendo vídeos, imágenes y descripciones detalladas de los casos de éxito de estudios de animación de la región.
Adaptable a varios canales de comunicación	Diseño transmedia	Tecno Productivo	Deseo	Publicidad en redes sociales, reels, marketing directo

# PROPUESTA INICIAL DE PRODUCTO

Para abordar los requerimientos de diseño relacionados con el tema del Escalamiento de Estudios de Animación y Freelancers a través de estudios de caso, se ha optado por la realización de una sesión de brainstorming. Este proceso implica la generación de ideas sin restricciones, lo que permite explorar una amplia gama de posibilidades para abordar el objetivo propuesto. El objetivo principal del brainstorming fue generar un amplio abanico de propuestas creativas y viables, que posteriormente serán evaluadas y refinadas para su implementación.

## BRAINSTORMING

- Programa de Capacitación en Habilidades Empresariales.
- Evento Anual de Networking para Profesionales de la Animación.
- Plataforma de Crowdsourcing para Proyectos de Animación.
- Incubadora de Empresas para Estudios Emergentes.
- Comunidad Virtual para Compartir Recursos y Experiencias.
- Serie de Webinars sobre Estrategias de Escalamiento.
- Programa de Becas para Estudios de Animación.
- Directorio Online de Talentos y Estudios de Animación.
- Competencia Anual de Cortometrajes Animados.
- Programa de Subvenciones para Proyectos Innovadores.
- Herramienta de Gestión de Proyectos Especializada.
- Serie de Entrevistas con Líderes de la Industria.
- Plataforma de Crowdfunding para Proyectos de Animación.
- Seminarios Regionales sobre Oportunidades en la Industria.
- Programa de Residencias para Artistas en Estudios de Renombre.
- Aplicación Móvil para Acceso a Recursos y Consejos.

# PROPUESTA INICIAL DE PRODUCTO

- Curso Online de Marketing y Promoción para Freelancers.
- Programa de Intercambio Internacional para Estudios de Animación.
- Concurso de Diseño de Personajes Animados.
- Serie de Documentales sobre el Mundo de la Animación.
- Campaña de Concienciación sobre la Importancia de la Animación.
- Programa de Voluntariado para Apoyar a Estudios Emergentes.
- Plataforma de Compartición de Proyectos en Desarrollo.
- Programa de Incentivos Fiscales para Estudios de Animación.
- Evento de Exposición de Portafolios para Nuevos Talentos.
- Serie de Tutoriales en Video sobre Técnicas de Animación.
- Programa de Alianzas Estratégicas con Empresas Relacionadas.
- Cápsulas de Aprendizaje Rápido sobre Herramientas de Software.
- Programa de Patrocinio para Proyectos Innovadores.
- Servicio de Consultoría para Optimización de Procesos Creativos.



# PROPUESTA INICIAL DE PRODUCTO

## FINALISTAS

### Ecosistema de Colaboración

Crear una red de colaboración entre freelancers latinoamericanos, fomentando la creación de equipos multidisciplinares para proyectos más ambiciosos.

### Guía de Éxito basada en Casos Reales

Crear una guía editorial en formato digital, centrada en casos de éxito de estudios de animación, que sirva como hoja de ruta para freelancers interesados en seguir trayectorias similares.

### Plataforma Web Interactiva

Desarrollar una plataforma web interactiva que sirva como punto central para freelancers latinoamericanos, brindando recursos educativos, oportunidades laborales y herramientas para el crecimiento profesional.

### Programas de Mentores

Establecer un programa de mentoría, donde freelancers experimentados guíen a los recién llegados por medio de tips o consejos dados por ellos mismos y su experiencia en la industria.

### Guía Editorial "Rutas al Éxito del lápiz para el mundo"

Crear una guía editorial en formato digital y físico, titulada "Rutas al Éxito", que destaque casos de éxito específicos de freelancers y estudios de animación latinoamericanos, proporcionando consejos y estrategias aplicables.

### Revista Digital de Tendencias

Desarrollar una revista digital que destaque las tendencias emergentes en la industria creativa, brindando a los freelancers insights sobre las demandas del mercado.

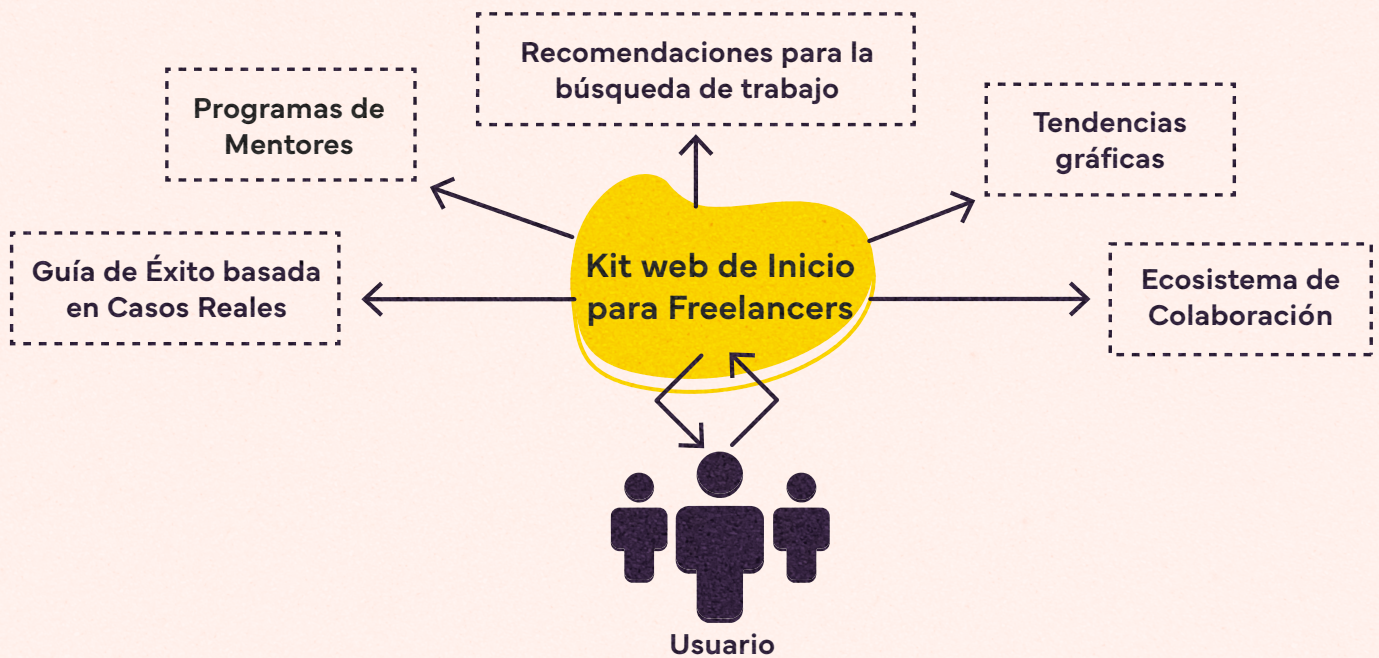
### Página Web Interactiva y Guías de Éxito Impresas

Desarrollar una página web interactiva como núcleo principal y crear guías impresas basadas en casos de éxito para una referencia tangible y duradera.

### Kit de Inicio para Freelancers y Estudios

Diseñar un kit de inicio que incluya recursos esenciales, como contratos modelo, hojas de cálculo de seguimiento financiero y guías detalladas, para ayudar a los freelancers y a estudios emergentes a poner en marcha sus proyectos.

# SISTEMA INICIAL DE PRODUCTO



# DESCRIPCIÓN REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

Para organizar los requerimientos de diseño en las tres categorías mencionadas (Estético Comunicativo, Funcional Operativos y Tecno Productivos), podemos seguir esta estructura:

## ESTÉTICO COMUNICATIVO:

### **Desarrollo de Identidad Visual de Marca para página web:**

Se requiere crear una identidad visual distintiva y coherente que comunique la personalidad de AnimartHub a los usuarios con los que interactuara la marca. Esto implica el diseño de elementos visuales como logotipo, paleta de colores, tipografía y elementos gráficos que unifiquen la experiencia de la marca y la hagan memorable y reconocible.

### **Creación de Contenido Visual Atractivo para la Web:**

El diseño de la página web debe incluir contenido visual, atractivo y de alta calidad para captar la atención del usuario. Esto puede implicar la producción de imágenes, infografías y videos que refuercen la identidad de AnimartHub y ayuden a comunicar su propósito de forma eficaz.

### **Consistencia en Estilo y Temas Visuales:**

Para mantener una apariencia profesional y coherente, es necesario establecer un estilo consistente para todos los elementos visuales de la página web. Esto incluye un esquema de colores armonioso, tipografías fáciles de leer,

y un diseño que refleje la estética del mundo de la animación y la creatividad.

### **Estrategia de lanzamiento para la página web por redes sociales:**

Para lanzar AnimartHub de manera efectiva y captar la atención del público, es fundamental contar con una estrategia sólida para redes sociales. La estrategia incluye elegir los canales adecuados para llegar al público objetivo, crear contenido visual atractivo y definir campañas temáticas con hashtags para aumentar la visibilidad. El enfoque en la interacción con la comunidad es clave, respondiendo a comentarios, compartiendo contenido relevante y colaborando con otros profesionales de la animación. Además, se pueden realizar promociones y sorteos para fomentar el compromiso y aumentar el alcance. Estas acciones contribuyen a establecer una presencia sólida y a generar entusiasmo por la nueva página web.

## FUNCIONAL OPERATIVOS:

### **Estructura de Contenidos Clara y Organizada:**

Una estructura de contenidos clara y organizada es fundamental para una experiencia de usuario óptima en AnimartHub. El sitio web debe contar con una navegación intuitiva, con secciones claramente definidas como "Inicio", "Ecosistema de Colaboración", y "Programas de Mentores", entre otras.

Los títulos y subtítulos informativos ayudan a guiar a los usuarios, mientras que el uso de elementos visuales, párrafos cortos y listas con viñetas mejora la legibilidad. Además, la

consistencia en colores, tipografía y diseño gráfico refuerza la identidad visual de AnimartHub y hace que la experiencia sea agradable y profesional.

### **Interactividad y Respuesta Rápida:**

El diseño debe ser interactivo y responder rápidamente a las acciones del usuario. Esto implica implementar funciones como formularios, botones y animaciones sutiles para mejorar la experiencia de navegación y mantener el interés del usuario.

## TECNO PRODUCTIVOS:

### **Guía de Autopromoción para Usuarios:**

Para ayudar a los freelancers y estudios emergentes a ganar visibilidad, se puede incluir una guía detallada que ofrezca estrategias y consejos para promocionarse de manera eficaz. Esta guía podría cubrir temas como el uso de redes sociales para marketing, la creación de portafolios atractivos, el networking en la industria, y la participación en eventos del sector.

### **Sección de Casos de Éxito:**

Esta sección presentará historias inspiradoras de estudios de animación y freelancers que han alcanzado el éxito. Incluir ejemplos concretos proporciona a los usuarios ejemplos tangibles de estrategias que pueden seguir y metas que pueden alcanzar. Además, la sección puede contener análisis de estos casos para identificar los factores clave que contribuyeron al éxito.

### **Recursos y Herramientas para Nuevos Freelancers:**

Esta parte del sitio web ofrecerá una selección de recursos útiles para los freelancers que recién comienzan su carrera en la animación. Puede incluir plantillas de contratos, guías sobre la configuración de un estudio en casa, recomendaciones de software y herramientas, y otros materiales que simplifiquen el proceso de inicio para los usuarios.

### **Tendencias de Diseño en Animación:**

Los freelancers y estudios emergentes necesitan estar al tanto de las últimas tendencias para mantenerse competitivos. Esta sección proporcionará información sobre innovaciones tecnológicas, estilos de animación emergentes, y prácticas de diseño actuales. Al ofrecer este tipo de contenido, AnimartHub puede posicionarse como un recurso confiable para información actualizada y relevante.

# DESCRIPCIÓN SISTEMA DE PRODUCTO

La solución propuesta para Animart Hub se desarrollará en varias etapas interrelacionadas para lograr una transformación integral de la marca y lograr su visibilización y posicionamiento en el mercado. A continuación se describe el proceso detallado:

## 1. Crear el Logo e Identidad Visual

El primer paso en el proceso creativo es el diseño del logotipo y la creación de una identidad visual distintiva. El logo debe ser único y representar la esencia de la marca. Para esto, se eligen una paleta de colores y tipografías coherentes con la personalidad del proyecto. Además, se desarrollan otros elementos visuales para unificar la experiencia de marca y hacerla memorable. El logo y la identidad visual establecerán la base para el resto de la creación del producto.

## 2. Crear Elementos Gráficos para la Página Web

Después de crear la identidad visual, se deben desarrollar los elementos gráficos que se usarán en la página web. Esto incluye el diseño de íconos para las secciones y funcionalidades del sitio, así como imágenes y banners que den vida a la página. El uso de ilustraciones y animaciones también es importante para hacer la experiencia más atractiva y dinámica. Estos elementos gráficos deben ser consistentes con la identidad visual establecida y contribuir a la experiencia global del usuario.

## 3. Organizar la Información para Implementación y Diagramación

En este paso, la atención se centra en la estructura de la página web y en cómo se pre-

senta la información a los usuarios. Es esencial dividir el contenido en secciones claras y lógicas, garantizando un flujo de navegación intuitivo. La diagramación de los elementos gráficos y el texto debe ser precisa para facilitar la implementación. Una buena organización de la información es clave para ofrecer una experiencia de usuario fluida y eficaz.

## 4. Diseñar la Página Web con Diseño Interactivo

Una vez que se han definido y organizado los elementos gráficos, es hora de diseñar la página web. El diseño debe ser atractivo y compatible con la identidad visual establecida, incorporando elementos interactivos como botones y enlaces para mejorar la experiencia del usuario. Además, es fundamental asegurar la responsividad de la página para que se adapte a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla. Este paso garantiza que la página web no solo sea visualmente atractiva, sino también funcional y amigable para el usuario.

## 5. Crear una Infografía para Promover Freelancers y Agencias Emergentes

Para impulsar a los freelancers y las agencias emergentes, es útil crear una infografía que resalte información importante sobre la página web. Esta infografía debe ser clara y atractiva, mostrando datos y estadísticas relevantes que demuestren los beneficios de la página para el público objetivo. La infogra-

fía puede incluir un llamado a la acción para motivar a los freelancers y a las agencias a involucrarse y utilizar la plataforma para crecer en el mercado.

## **6. Generar una Estrategia de Redes Sociales para Promoción**

Una vez que la página web esté diseñada, es importante tener una estrategia para promocionarla. Aquí se eligen las plataformas de redes sociales más adecuadas para el público objetivo y se crea un calendario de contenido para mantener la visibilidad. La estrategia también debe fomentar la interacción con la comunidad, respondiendo a preguntas y comentarios para generar compromiso. Este paso garantiza que la página web alcance a una audiencia más amplia y atraiga a nuevos usuarios.

## **7. Evaluación y Ajustes**

Para asegurar el éxito a largo plazo, es necesario recopilar comentarios y evaluar el rendimiento de la página web. Este paso implica recopilar retroalimentación de los usuarios y stakeholders para identificar áreas de mejora. Luego, se realiza un análisis de rendimiento para ajustar la estrategia según sea necesario. Con esta información, se pueden implementar mejoras y cambios que optimicen el producto final y mantengan su relevancia para los usuarios.

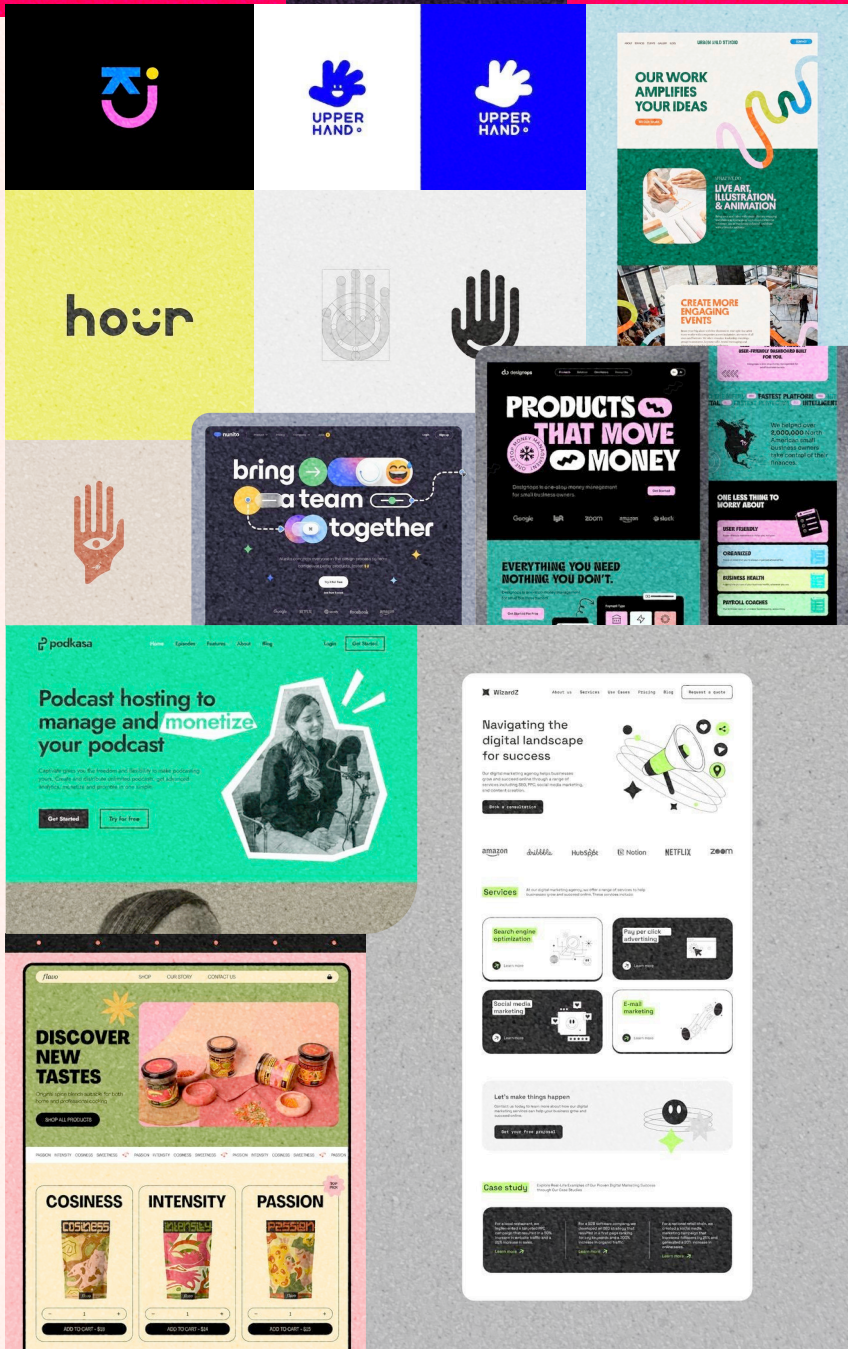




# FASE DE CREACIÓN

# DESARROLLO DEL SISTEMA - PRODUCTO

MOODBOARD



MOODBOARD

# CREACIÓN DE MARCA

## -ANIMARTHUB-



### EL NOMBRE

"AnimartHub" refleja comunidad de jóvenes animadores y freelancers en la industria en donde tienen un espacio para aprender y crecer juntos.

El nombre "AnimartHub" combina dos elementos clave: "Animart", que es una abreviatura de "animación" y "arte", reflejando la naturaleza creativa y artística del contenido que se espera encontrar en la plataforma, y "Hub", que denota un centro de actividad o intercambio, sugiriendo que la plataforma sirve como un punto central de conexión y colaboración para profesionales y entusiastas de la animación.

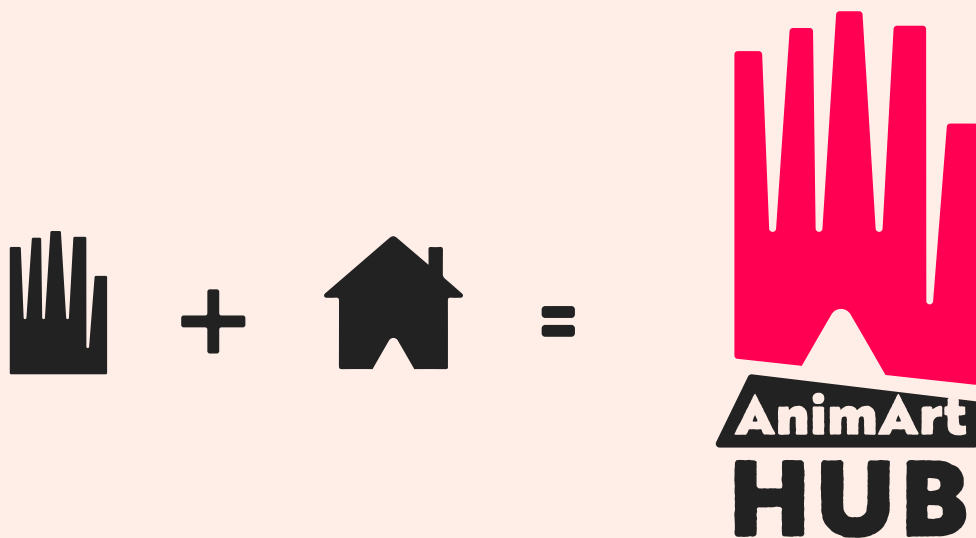
### LA HISTORIA

Inspirado por la necesidad de crear un ecosistema inclusivo y accesible para freelancers y estudios emergentes de la animación, AnimartHub surgió como una respuesta a los desafíos y oportunidades de una industria en constante evolución. Desde su origen, AnimartHub se ha dedicado a apoyar a las empresas emergentes en el campo de la animación, brindándoles orientación y recursos para que puedan posicionarse con éxito en un mercado altamente competitivo.

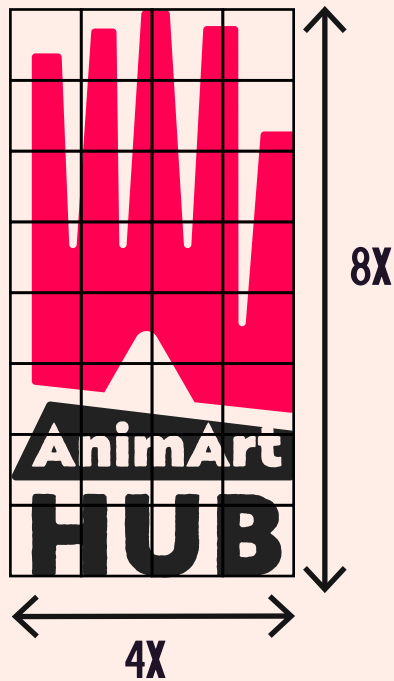
## ELEMENTOS GRAFICOS

El imagotipo fusiona elementos simbólicos con sutileza y significado. La representación de una mano, evocando la herramienta primordial que los diseñadores y animadores utilizan para plasmar sus ideas en el mundo real, se entrelaza con la imagen de una puerta. Esta última, colocada en el centro de la mano, simboliza un umbral hacia un espacio seguro y acogedor. Aquí, profesionales y entusiastas de la industria se congregan para colaborar y conectar, transformando este lugar en un centro vital de intercambio creativo y comunidad.

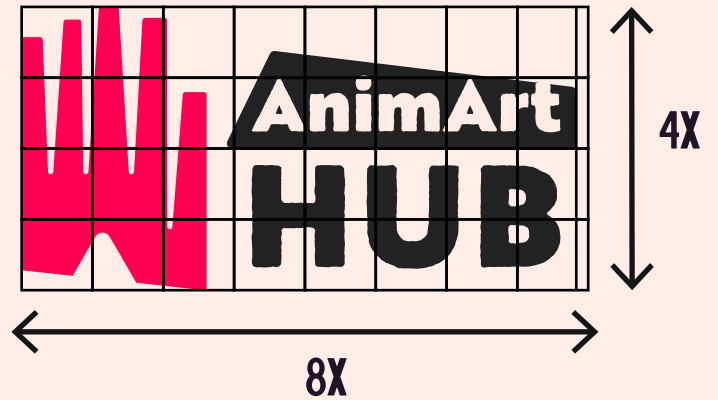
La elección de formas redondeadas en el diseño no es meramente estética, sino que también conlleva una carga de significado. Estas formas suaves no solo añaden una sensación de amabilidad, sino que también sugieren fluidez y armonía. Esta estética es un reflejo de la filosofía de la marca, que busca promover la accesibilidad y la calidez en todos los aspectos de la plataforma.



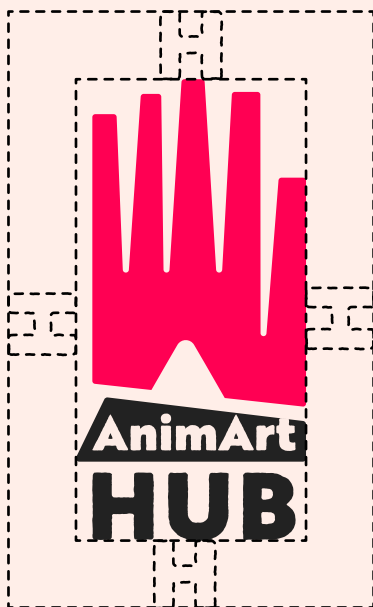
## PROPORCIÓN (VERTICAL)



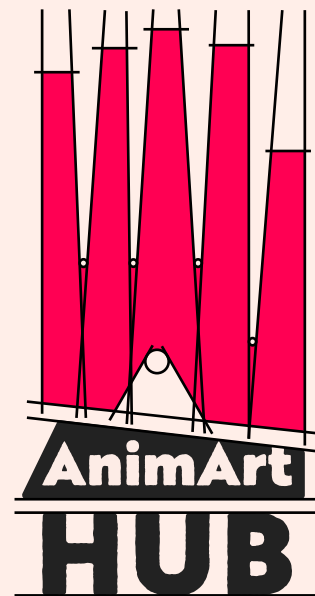
## PROPORCIÓN (HORIZONTAL)



## ÁREA DE RESPETO



## CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA



## VARIACIONES

VERTICAL



HORIZONTAL



## TIPOGRAFÍA

**Brother 1816 Printed**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !#\$%&/)(=?[\*]@**

**BAYARD REGULAR**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 !#\$%&/)(=?[\*]@**

**Supreme Medium**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ;!'"#\$%&/)(=?[\*]@**

La tipografía es un componente importante del sistema de diseño y crea un estilo distintivo. Cuando se aplica consistentemente a través de todas las piezas de comunicación y de marketing, unifica la apariencia de todos los materiales de AnimartHub y ayuda a su público a reconocer y familiarizarse con su identidad de marca.

La tipografía que se describe a continuación es la fuente utilizada para el logotipo AnimartHub.

También es una de las variantes de fuente para ser empleada en las piezas producidas por la empresa.

Si se desea, se pueden usar versiones no itálicas para textos generales largos, en publicaciones como revistas, boletines, posts de redes sociales, informes y presentaciones; o en casos muy específicos como la señalización.

## COLORES

Este rojo-rosado intenso y vibrante simboliza energía, pasión y creatividad, cualidades fundamentales en el mundo de la animación.

**RGB: 225, 60, 91**  
**HEX: #FF0054**

**RGB: 246, 201, 0**  
**HEX: #F6C900**

El amarillo brillante representa optimismo, felicidad y dinamismo. En el contexto de la animación, este color trae una sensación de alegría y creatividad.

Este azul oscuro aporta un equilibrio de profesionalismo, confianza y seriedad. Sirve como un ancla visual que estabiliza la paleta de colores.

**RGB: 27, 19, 38**  
**HEX: #211129**

**RGB: 27, 19, 38**  
**HEX: #FEEEEE7**

El crema suave ofrece un toque de calidez y accesibilidad, haciendo que la plataforma sea acogedora y fácil de navegar.

Los colores cálidos como el naranja rojizo (#FF0054) evocan la creatividad y la pasión, mientras que el azul oscuro sugiere confianza y estabilidad. Esta combinación transmite dinamismo y profesionalismo, mientras que el tono crema añade calidez y sofisticación. Juntos, estos colores reflejan la diversidad, la innovación y la calidad de AnimartHub.

## APLICACIONES DE COLOR PERMITIDAS

Se permite la marca AnimartHub invertida sobre su color de marca. Los fondos con los colores de la marca son mas legibles con el logo de la marca en blanco. La marca puede aparecer siempre sobre un fondo solido y sobre una fotografía siempre y cuando el contraste cromático permita la legibilidad de la misma.

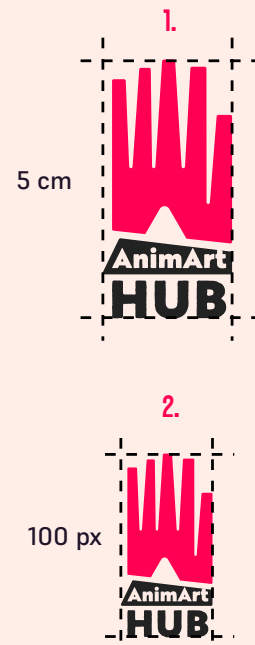


## RESISTENCIA VISUAL

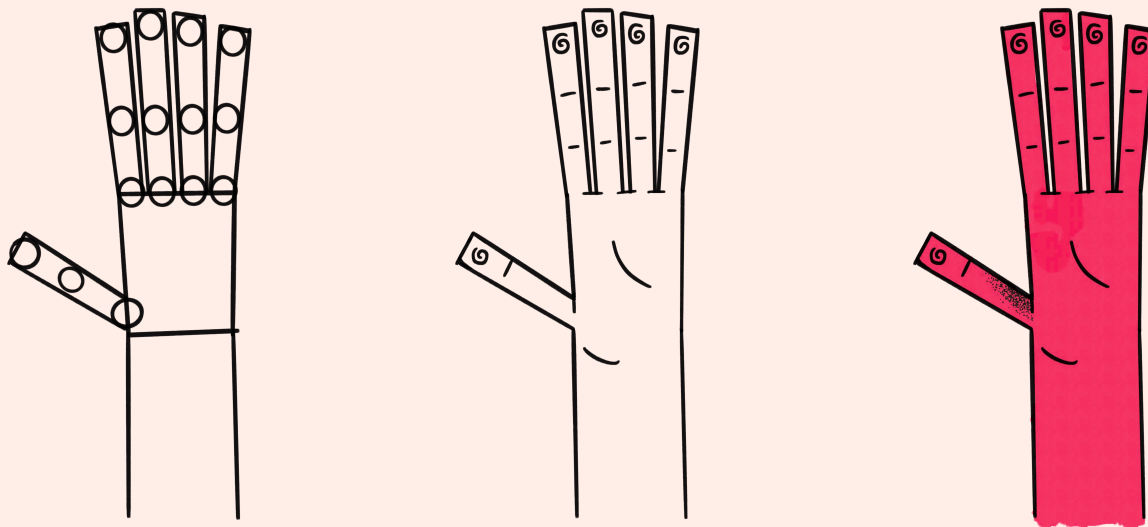
Resistencia visual es la capacidad que tiene un elemento para mantener siempre la mejor legibilidad a una distancia media. Por eso deben considerarse unas proporciones mínimas de reducción. Cada tamaño mínimo esta dado por la visibilidad total de los elementos, es decir que ninguno de ellos pierda su virtud de elemento comunicado.

1. La marca AnimartHub no debe aparecer mas pequeña de 5 centímetros de ancho en cualquier aplicación de impresión.

2. En aplicaciones para pantalla debe ser mínimo de 100 píxeles de ancho (72 dpi de resolución de pantalla)

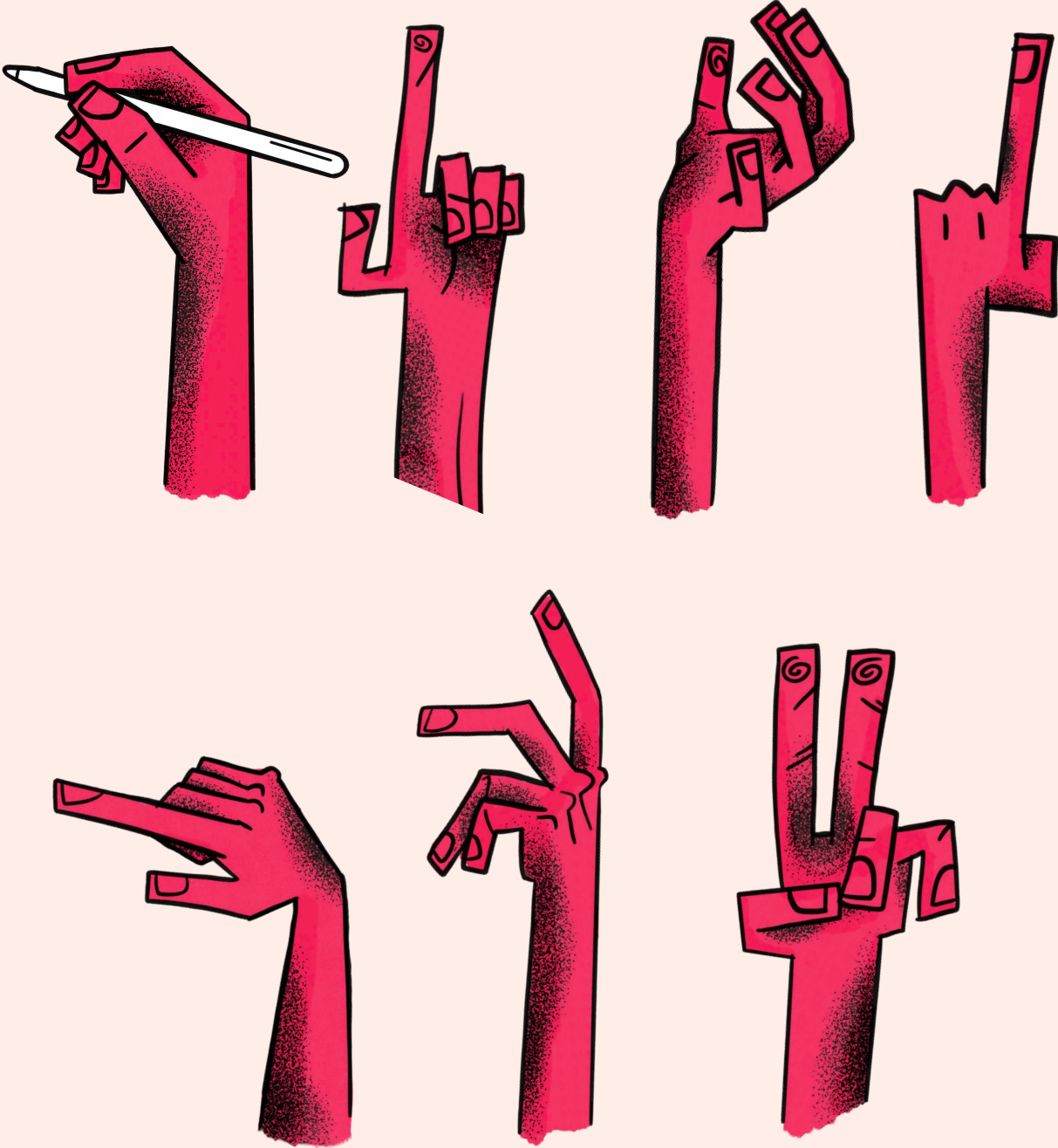


## RECURSOS GRÁFICOS

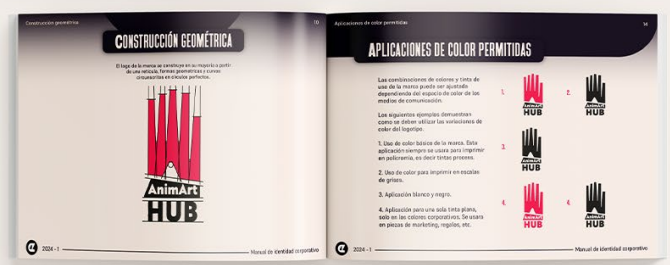
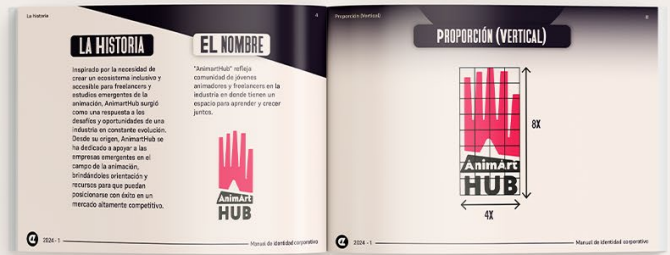


Para los recursos gráficos de la marca y la página web, se desarrollaron bocetos de diferentes poses de manos utilizando los colores cálidos de la marca. Las manos se escogieron como recurso gráfico principal porque representan el elemento y la herramienta esencial de los diseñadores y, especialmente, de los animadores. Las manos son símbolo de creatividad, habilidad y trabajo artesanal, aspectos fundamentales en el mundo de la animación. Al emplear diferentes poses de manos, se busca transmitir dinamismo, diversidad y el proceso artístico involucrado en la creación de animaciones, reforzando así la identidad y el propósito de AnimartHub.

# RECURSOS GRÁFICOS



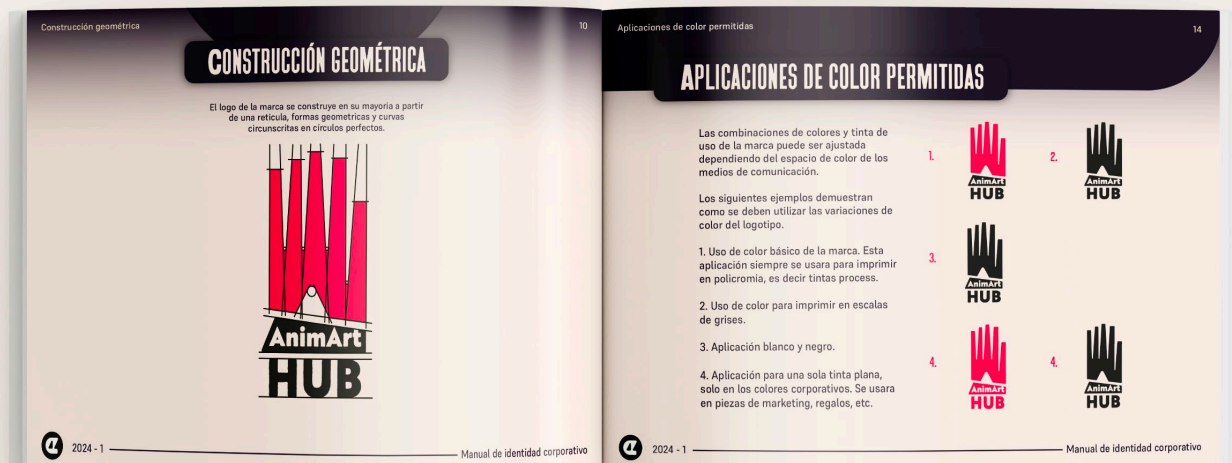
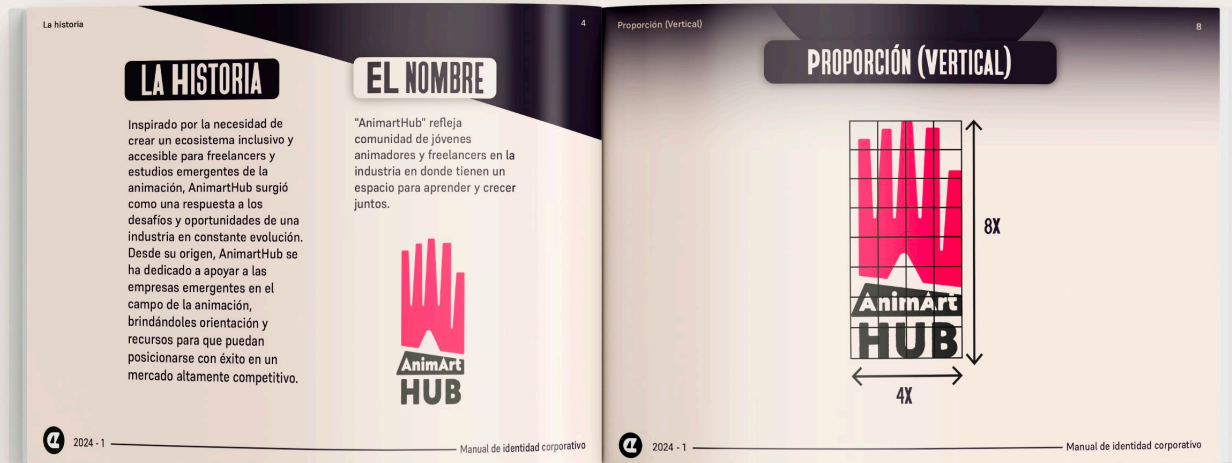
# Del Lapiz para el Mundo



## 62. Desarrollo del Sistema - Producto



# Del Lapiz para el Mundo



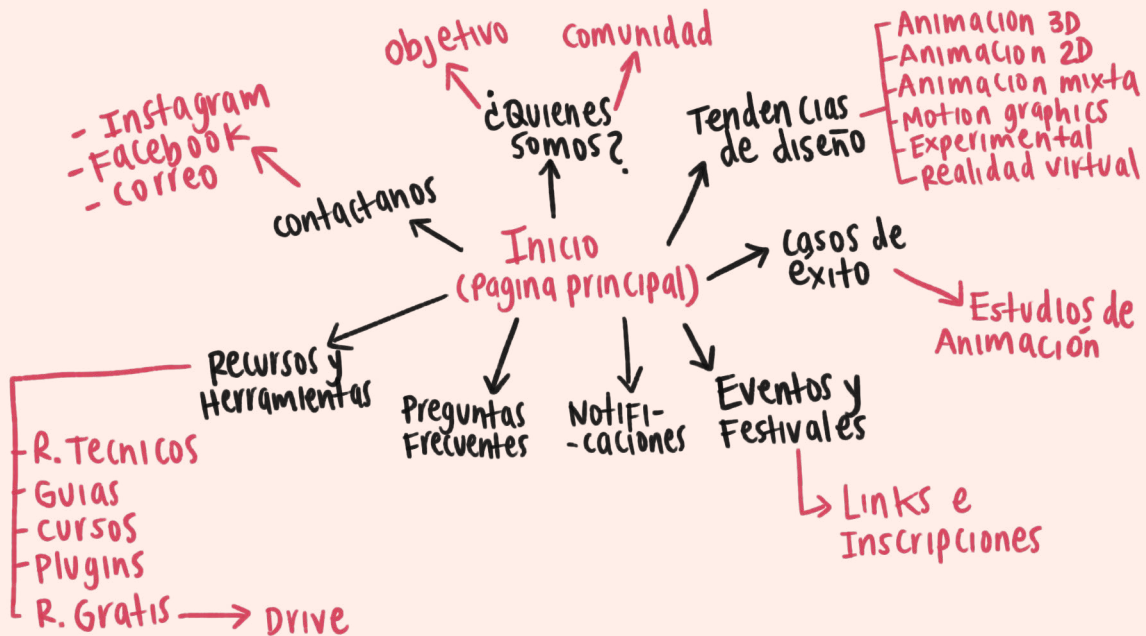
# DESARROLLO PAGINA WEB

## BOCETACIÓN



Se generó un esquema de la página principal de la página web a modo de boceto para visualizar y organizar los distintos elementos. Este esquema permitió planificar de manera eficiente el diseño gráfico, la estructura y la disposición de la información. Gracias a esta planificación previa, se pudo iniciar el desarrollo gráfico con una visión clara, asegurando que cada sección de la página web cumpliera con sus objetivos y ofreciera una experiencia de usuario coherente y atractiva.

# ORGANIZACIÓN DEL CONTENIDO



# COLORES

Este rojo-rosado intenso y vibrante simboliza energía, pasión y creatividad, cualidades fundamentales en el mundo de la animación.

RGB: 225, 60, 91  
HEX: #FF0054

RGB: 246, 201, 0  
HEX: #F6C900

El amarillo brillante representa optimismo, felicidad y dinamismo. En el contexto de la animación, este color trae una sensación de alegría y creatividad.

Este azul oscuro aporta un equilibrio de profesionalismo, confianza y seriedad. Sirve como un ancla visual que estabiliza la paleta de colores.

RGB: 27, 19, 38  
HEX: #211129

RGB: 27, 19, 38  
HEX: #FEEEEE

El crema suave ofrece un toque de calidez y accesibilidad, haciendo que la plataforma sea acogedora y fácil de navegar.

Se utilizaron los colores corporativos de AnimartHub para diseñar la página web, asegurando que se vea divertida, animada y colorida. Estos colores refuerzan la personalidad y los valores de la marca, creando una experiencia visual coherente y atractiva que resuena con la energía y creatividad del mundo de la animación.

# DISEÑO DE PAGINA WEB









Mi unidad > AnimartHub Recursos ▾

Tipo ▾ Personas ▾ Modificado ▾

Nombre ↑	Propietario	Última modifi...	Tamaño de a	
Cronograma	yo	4 may 2024	—	⋮
PASOS PARA CREAR UNA ANIMACIÓN CON É...	yo	4 may 2024	—	⋮
Plantilla Contrato Freelance	yo	4 may 2024	—	⋮
Plantilla Presupuesto	yo	4 may 2024	—	⋮

En la sección de recursos de la página web, encontrarás un enlace que te redireccionará a una carpeta en Google Drive. Esta carpeta contiene una variedad de recursos gratuitos, cuidadosamente seleccionados para ayudarte en tu camino como animador. Desde plantillas de cronogramas y contratos freelance, hasta plantillas de presupuestos, diseñados para apoyar el crecimiento profesional y facilitar el trabajo creativo.



Del Lapiz para el Mundo

**QR INTERACTIVO**

\*Recomendado para visualizar  
en computador o laptop

**ESCANEA ME**



**ESCANEA ME**

**LINK WEB**

<https://xd.adobe.com/view/8eee9289-c747-4ca7-8b45-5158374c4a5a-dbbd/>

Se generó un código QR que redirecciona al prototipo de la página web de AnimartHub, facilitando el acceso inmediato; sin embargo, está diseñado para ser visualizado en computador y laptop para mejor visibilidad y tener acceso a los recursos gratuitos descargables. Además, se produjeron elementos físicos impresos del código QR, tarjetas y stickers, con el propósito de activar la marca y aumentar su visibilidad. Estos materiales promocionales se distribuirán en eventos y lugares estratégicos para atraer a la audiencia y fomentar la interacción con la plataforma.



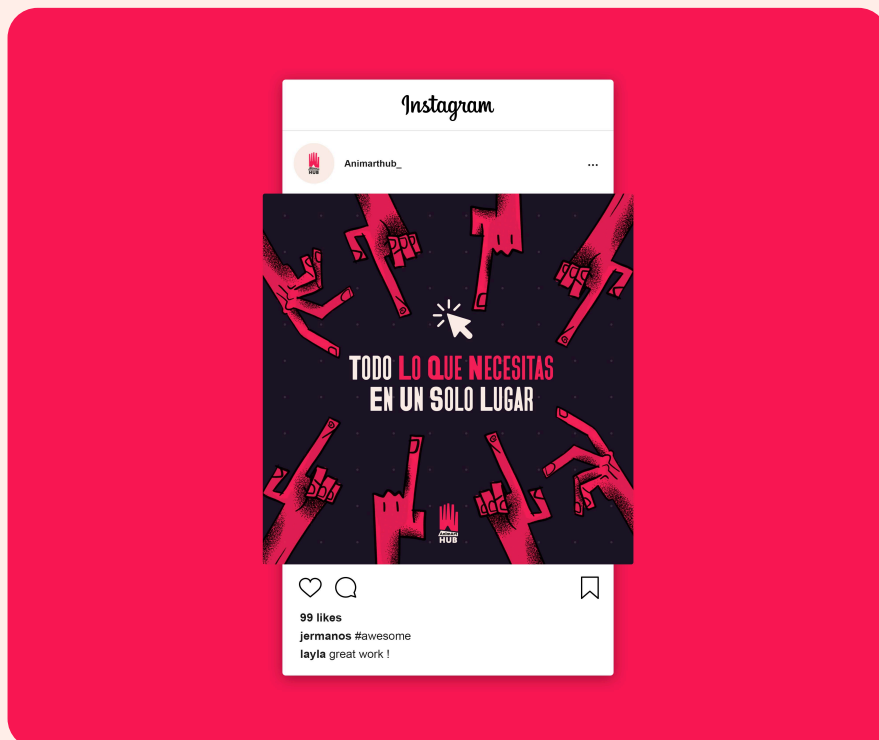
## ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES

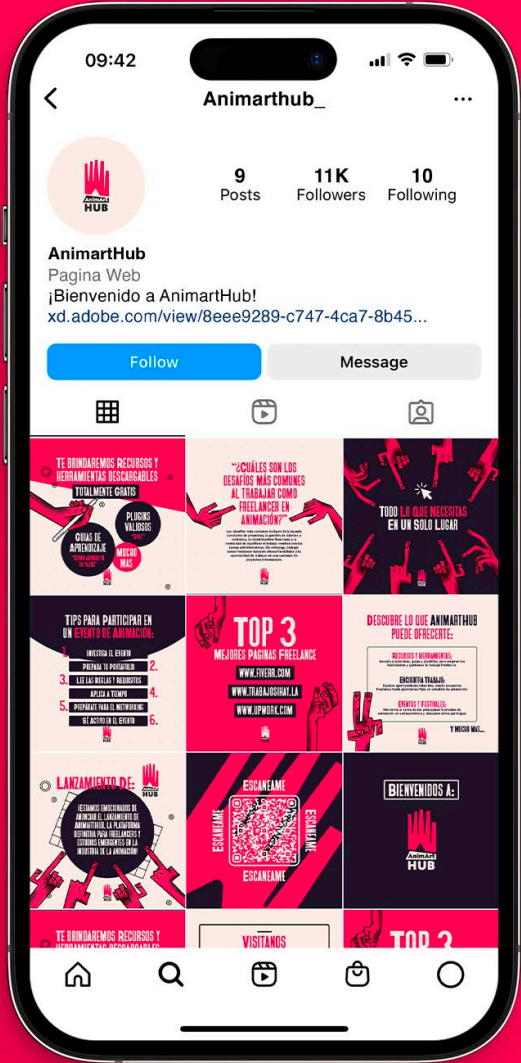
Para dar visibilidad a la página web de AnimartHub, se implementará una estrategia de redes sociales sólida y bien estructurada. Esta estrategia se centrará en la creación de contenido semanal que será publicado en nuestras plataformas de redes sociales. El contenido incluirá recomendaciones valiosas y prácticas para freelancers y estudios emergentes en la industria de la animación, proporcionando consejos sobre cómo mejorar sus habilidades, gestionar proyectos y aumentar su presencia en el mercado.

Además de estas recomendaciones, el contenido también destacará las características y beneficios de la página web de AnimartHub. Publicaremos guías detalladas sobre cómo utilizar los recursos disponibles en nuestra plataforma, como tutoriales, plantillas y herramientas específicas para anima-

dores. Este enfoque educativo no solo atraerá a nuevos usuarios, sino que también incentivará a los visitantes actuales a interactuar más con nuestra web y aprovechar al máximo los recursos ofrecidos.

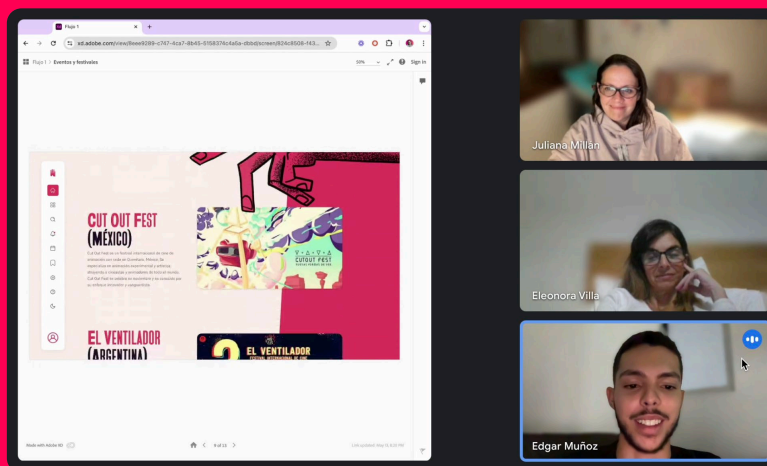
El objetivo principal de esta estrategia de redes sociales es construir una comunidad activa y comprometida. Invitaremos a los usuarios a participar en discusiones, compartir sus experiencias y colaborar entre sí a través de nuestra plataforma. Mediante la publicación de contenido relevante y de alta calidad, aspiramos a crear un espacio en línea donde los profesionales de la animación puedan conectarse, aprender y crecer juntos. Esta comunidad no solo fortalecerá la presencia de AnimartHub en el mercado, sino que también proporcionará un entorno de apoyo y colaboración para todos sus miembros.





# VALIDACIÓN – PRUEBA DE USUARIO

## VALIDACIÓN 1



**USUARIOS:** Juliana Millan - Productora y Directora de Estudio de animacion.  
Eleonora Villa - Freelancer y animadora en Estudio de animacion.

**PRODUCTO:** Pagina/Blog web

**OBJETIVO:** Evaluar la usabilidad, identificar obstáculos y recopilar retroalimentación sobre el diseño y el contenido. También se busca validar la eficacia de la navegación y evaluar la experiencia general del usuario para optimizar su satisfacción y el rendimiento de la página.

**MÉTODO:** Reunion Virtual a traves de Google meet.

# VALIDACIÓN – PRUEBA DE USUARIO

## VALIDACIÓN 2



### USUARIOS:

Walter Zambrano - 32 años - Diseñador de software, entusiasta en animación.

Felipe Gómez - 31 años - Desarrollador de software y UX/UI.

José Flórez - 30 años - Diseñador gráfico - Freelancer Activo en animación.

### PRODUCTO:

Pagina/Blog web

### OBJETIVO:

Evaluar la usabilidad, identificar obstáculos y recopilar retroalimentación sobre el diseño y el contenido. También se busca validar la eficacia de la navegación y evaluar la experiencia general del usuario para optimizar su satisfacción y el rendimiento de la página.

### MÉTODO:

Focus group.



# VALIDACIÓN – PRUEBA DE USUARIO

## VALIDACIÓN 3



### USUARIOS:

Ronald Buitrago - 39 años - Diseñador gráfico - Freelancer ocasional en animación.

### PRODUCTO:

Página/Blog web

### OBJETIVO:

Evaluar la usabilidad, identificar obstáculos y recopilar retroalimentación sobre el diseño y el contenido. También se busca validar la eficacia de la navegación y evaluar la experiencia general del usuario para optimizar su satisfacción y el rendimiento de la página.

### MÉTODO:

Prueba de usuario presencial.



# OBSERVACIONES DE VALIDACIÓN

## ASPECTOS POSITIVOS

- Diseño de las manos y colores atractivos.
- Variedad y calidad de los recursos ofrecidos.
- Fluidez de la página y facilidad de navegación.
- Recursos gratuitos.
- Buena información para inscripción en eventos y festivales para networking.
- Interacción en redes sociales para fomentar la comunidad.
- Se mostraron interesados en navegar por el prototipo web y ver todas sus funcionalidades e interacciones con botones, gráficos interactivos e imágenes.
- Apreciaron la variedad de contenido educativo que ofrece la página web enfocado en animadores freelance y estudios emergentes.

## ASPECTOS DE MEJORA

- Sintetizar información para mayor claridad.
- Integrar un foro de discusión para networking.
- Asegurar la accesibilidad con botones de acción intuitivos.
- Se presentan algunos errores de la página (Bugs) debido a la pesadez del archivo o problemas en el rendimiento dependiendo del dispositivo en el que se visualice el prototipo.
- La página web no está adaptada a dispositivos móviles en el momento, por lo que en una futura actualización se generaran estos cambios y mejoras.

# CONCLUSIONES

El proyecto “Del lápiz para el mundo”, enfocado en ayudar a freelancers y estudios emergentes para su escalamiento y la creación de AnimartHub, ha logrado cumplir satisfactoriamente sus objetivos generales y específicos, proporcionando una plataforma completa para visibilizar la propuesta de valor de estudios emergentes y freelancers en la industria de la animación.

En cuanto al cumplimiento de los objetivos, se ha identificado el posicionamiento actual de estudios de animación y freelancers a través de un análisis de mercado detallado, destacando sus fortalezas y áreas de oportunidad. La comparación con el estudio Club Camping y otros estudios en la industria permitió identificar estrategias exitosas a nivel global y nacional, sirviendo como una guía para el desarrollo y escalamiento de estudios emergentes y freelancers de animación. Además, se han analizado profundamente las necesidades de los estudios emergentes, lo cual ha sido fundamental para diseñar herramientas y recursos que respondan efectivamente a sus demandas. La creación de la página web AnimartHub como una herramienta de visibilización ha sido exitosa, incorporando una estrategia de diseño de comunicación visual que facilita el posicionamiento de estos estudios en el mercado.

Las observaciones de validación resaltan varios aspectos positivos del proyecto. Los usuarios valoraron positivamente el atractivo diseño de las manos y los colores utilizados, así como la variedad y calidad de los recursos ofrecidos. La fluidez de la página y la facilidad de navegación fueron destacadas como puntos fuertes. La disponibilidad de recursos gratuitos fue vista como un valor añadido

importante, y la información para la inscripción en eventos y festivales, junto con la interacción en redes sociales, fomentó un sentido de comunidad entre los usuarios. Además, el interés en explorar el prototipo web y sus funcionalidades sugiere un diseño intuitivo y atractivo, y la variedad de contenido educativo enfocado en animadores freelance y estudios emergentes fue valorada positivamente.

Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora. Los usuarios sugirieron la necesidad de sintetizar la información para mejorar la claridad y la integración de un foro de discusión para facilitar el networking. Se señaló la importancia de mejorar la accesibilidad con botones de acción más intuitivos. Además, se detectaron algunos errores técnicos y problemas de rendimiento en ciertos dispositivos, lo que requiere optimización futura. La falta de adaptación a dispositivos móviles fue una observación clave, indicando la necesidad de una actualización para mejorar la experiencia en estos dispositivos.

En resumen, AnimartHub ha alcanzado sus objetivos de visibilización y posicionamiento para estudios emergentes y freelancers de animación. La retroalimentación obtenida durante las pruebas de usuario ha sido invaluable, proporcionando una guía clara para futuras mejoras y actualizaciones, asegurando así la relevancia y efectividad continuada de la plataforma.

**GRACIAS POR VER**

# CITAS Y REFERENCIAS

## Marco de referencia Animación

- Oficina Comercial de Chile en Colombia - ProChile. (2014). Estudio de mercado / Servicios Audiovisuales en Colombia - Año 2014. Recuperado de [https://acceso.prochile.cl/wp-content/files\\_mf/1431540945PMS\\_-Colombia\\_Audiovisuales\\_2015.pdf](https://acceso.prochile.cl/wp-content/files_mf/1431540945PMS_-Colombia_Audiovisuales_2015.pdf)
- Mora Álvarez, E. (s.f.). El mercado de animación, videojuegos y apps de Colombia. Dirección de Inteligencia Comercial. Recuperado de <https://www.camtic.org/wp-content/uploads/2017/04/El-mercado-de-animacion-digital-videojuegos-y-apps-en-Colombia.pdf>
- Estudio-Sector-Animación-Digital-y-Videojuegos-Bogotá. (s.f.). Recuperado el 2 de marzo de 2024, de <https://biblioteca-digital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/a25b082c-6d07-4cdd-87a7-99427ba5a12/content>
- de la crisis de la Covid-, C. la A. ha S. R. (s/f). Resiliencia en la animación. Premiosquirino.org. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de [https://premiosquirino.org/download/informe\\_resiliencia\\_animacion.pdf](https://premiosquirino.org/download/informe_resiliencia_animacion.pdf)
- Procolombia. (2015). PARA VENDER MÁS EN EL MERCADO INTERNACIONAL. Procolombia.co. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de [https://procolombia.co/sites/default/files/valle\\_cauca\\_imprimir.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/valle_cauca_imprimir.pdf)

## Expansión global

- Oszlak, O. (2020). Trabajo remoto: hacer de necesidad virtud. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://repositorio.cedes.org/bitstream/123456789/4566/1/CuadernosdelINAP2020%281%2930.pdf>
- Morero, H. (2020). La expansión de la

digitalización tras la pandemia Covid19: virtualidad, vigilancia social e Industria 4.0. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/111336/131750/CONICET\\_Digital\\_Nro.2136ebcb-0986-4276-98e3-fb4e6f27ce11\\_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/111336/131750/CONICET_Digital_Nro.2136ebcb-0986-4276-98e3-fb4e6f27ce11_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

- Guzmán, M. D. J. G., Calpa, A. C. S., & Fuertes, M. L. (2015). La expansión internacional de las empresas. Documentos de Trabajo ECACEN, (1). Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1897/2124>
- Leandro, A. A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. TEC empresarial, 3(3), 18-25. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>
- Bárcenas Curtis, C. (2023). La expansión global de los videojuegos. Riesgos de la concentración corporativa en la era del capitalismo digital. Doxa Comunicación, (36). Recuperado el 6 de marzo de 2024, de [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream-CONSEJO\\_REP/5701/1/La%20expansi%C3%B3n%20global.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream-CONSEJO_REP/5701/1/La%20expansi%C3%B3n%20global.pdf)
- Aguilar, V. J. C., Pejerrey, J. A. Á., Ramírez, M. G. A. C., & Rosales, L. A. F. C. (2020). El trabajo remoto y el desempeño laboral en el marco del COVID-19. Review of global management, 6(1), 50-55. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://revistas.upc.edu.pe/index.php/rgm/article/view/1489/1194>

## Diseño para la comunicación

- Costa, J. (2014). Diseño de comunicación visual: el nuevo paradigma. grafica, 2 (4), 89-107. Obtenido de <http://ddd.uab.cat/pu->

b/grafica/grafica\_a2014v2n4/grafica\_a2014-v2n4p89.pdf.

- Munari, B., & Cantarell, F. S. I. (2016). Diseño y comunicación visual. Editorial Gustavo Gili. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://ftp.isdi.co.cu/biblioteca/biblioteca%20universitaria%20del%20isdi/COLECCION%20DE%20LIBROS%20ELECTRONICOS/LE-1964/LE-1964.pdf>
- Ríos Pacheco, E. F., Páez Quintana, H. A., & Barbosa Trigos, J. F. (2020). Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.14167/2832/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf?sequence=1>
- Gamonal-Arroyo, R., & García-García, F. (2015). La capacidad discursiva del diseño gráfico. *Arte, individuo y sociedad*, 27(1), 9-24. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://www.redalyc.org/pdf/5135/513551296001.pdf>
- Soledad-Acosta, N. (2020). EL DISEÑADOR GRÁFICO EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN: ¿ MEDIADOR O INTERMEDIARIO?. *DISEÑO ARTE Y ARQUITECTURA*, (9), 99-113. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://filosofia.uazuay.edu.ec/index.php/-daya/article/view/337/487>
- Reina Gutiérrez, A. (2011). El diseño gráfico en la activación motivacional de las audiencias. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/a5cfaf65-ea2b-4bcf-8323-3558ab3cf63b/content>

## Benchmarking

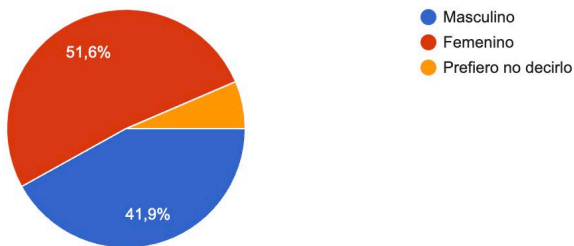
- Rodríguez, C. H., & Flores, M. C. (s/f). LA IMPORTANCIA DEL BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO EN LAS ORGANIZACIONES. 167.116:8080. Recuperado el 6 de marzo de 2024, de [http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3577/Importancia\\_benchmarking\\_como\\_herramienta.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3577/Importancia_benchmarking_como_herramienta.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# ANEXOS

## ENCUESTAS USUARIO

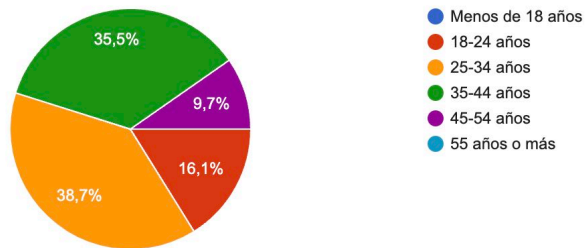
### Género

31 respuestas



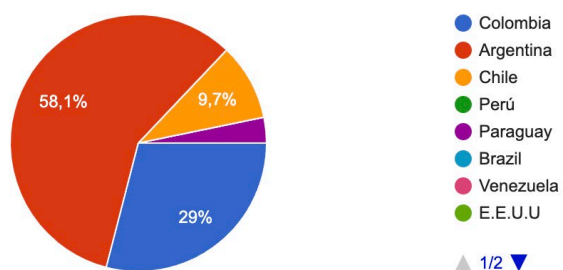
### Edad

31 respuestas



### En donde resides actualmente

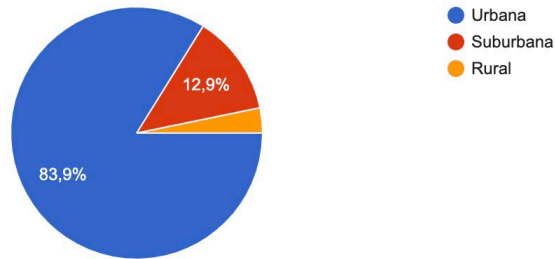
31 respuestas



# ANEXOS

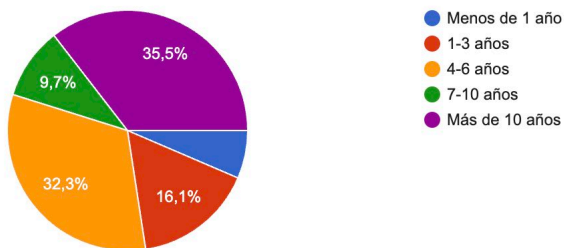
## Ubicación:

31 respuestas



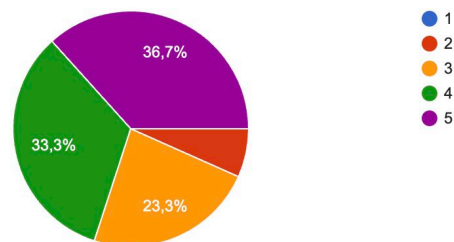
## ¿Cuántos años de experiencia tienes en la industria de animación?

31 respuestas



## Experiencia laboral en animación del 1 al 5, siendo 1 la opción más baja y 5 la más alta

30 respuestas

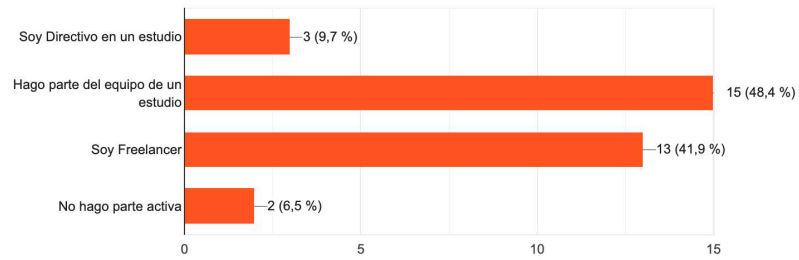


# ANEXOS

¿Haces parte activa de la industria de animación?

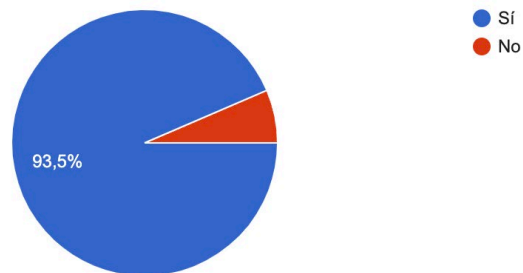
[Copiar](#)

31 respuestas



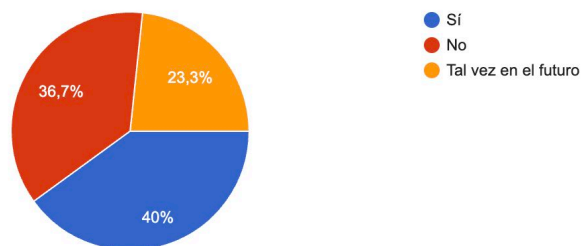
¿Has trabajado como freelancer en proyectos de animación?

31 respuestas



¿Tienes o estás considerando establecer tu propio estudio de animación?

30 respuestas

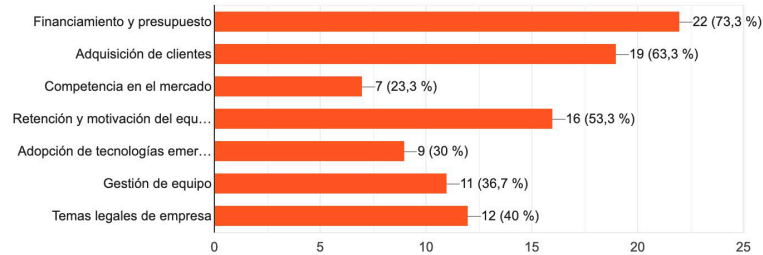


# ANEXOS

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentas o anticipas al tener un estudio de animación? (Selecciona hasta 3 opciones)

[Copiar](#)

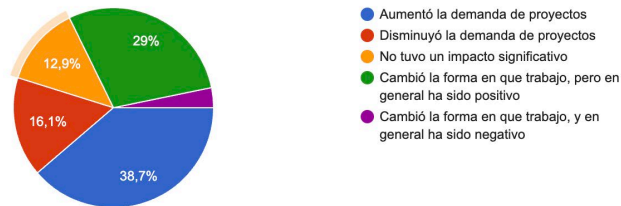
30 respuestas



¿Cómo afectó la pandemia de COVID-19 a tu trabajo como freelancer o el desarrollo de tu estudio de animación?

[Copiar](#)

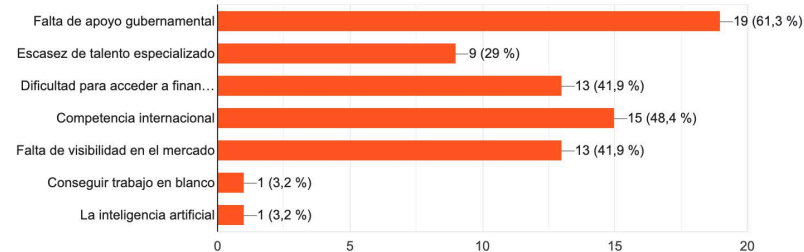
31 respuestas



¿Cuáles crees que son los mayores desafíos que enfrenta la industria de animación en Latinoamérica? (Selecciona hasta 3 opciones)

[Copiar](#)

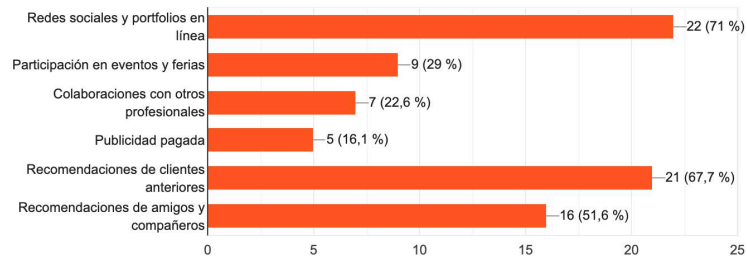
31 respuestas



# ANEXOS

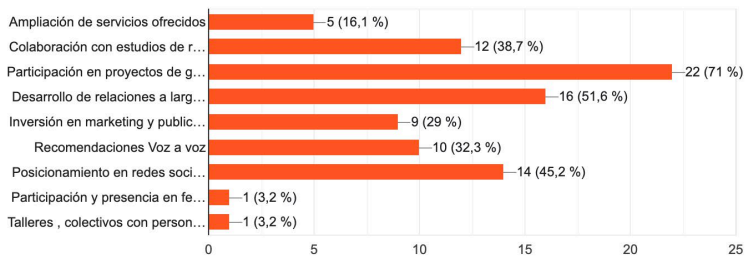
¿Cómo te das a conocer en la industria de animación? (Selecciona hasta 3 opciones) [Copiar](#)

31 respuestas



¿Qué estrategias consideras más efectivas para hacer crecer tu estudio de animación o carrera como freelancer? (Selecciona hasta 3 opciones) [Copiar](#)

31 respuestas



¿Estarías interesado en conocer estrategias y experiencias de crecimiento exitosas a través de estudios de casos de agencias de animación bien posicionadas en el mercado? [Copiar](#)

31 respuestas



# ANEXOS

## ENTREVISTAS

### PREGUNTAS:

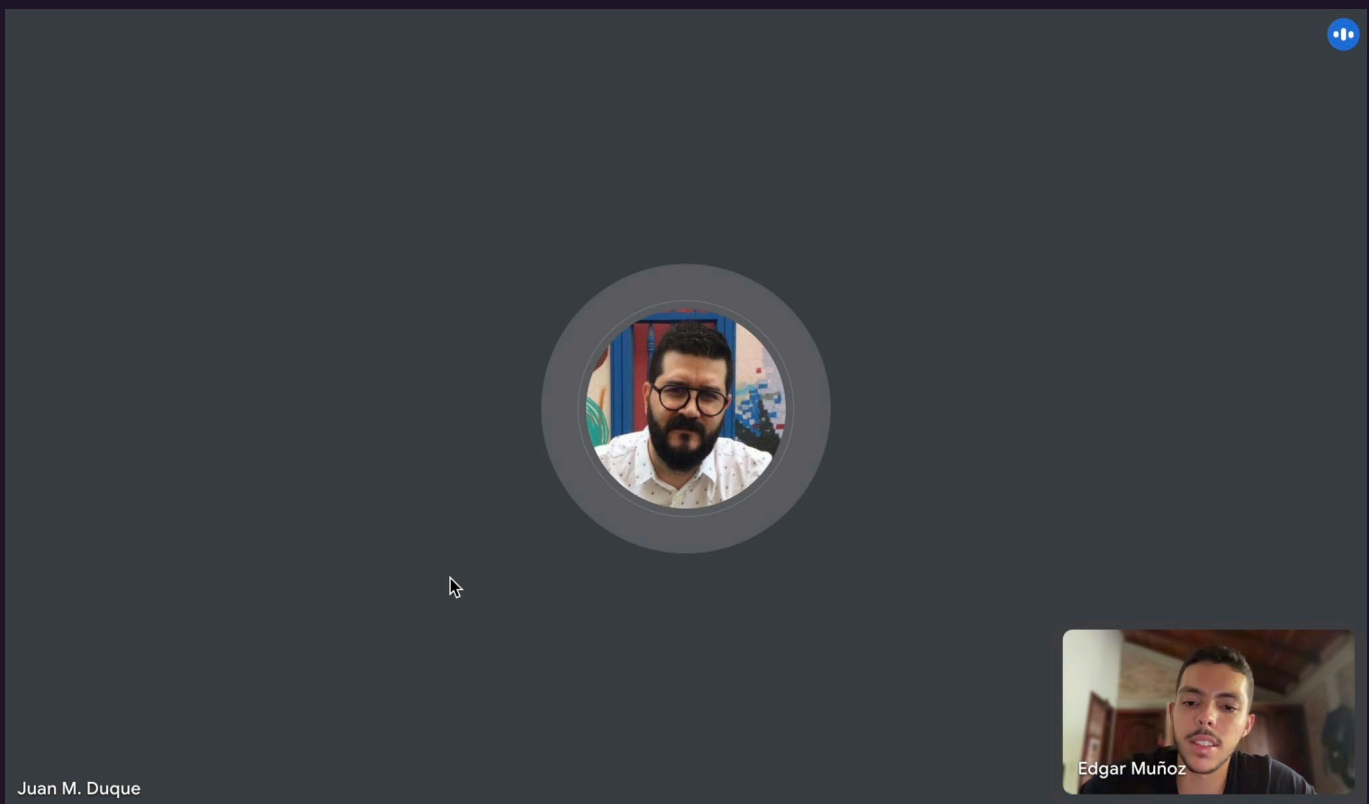
1. ¿Podrías contarme un poco sobre la historia y la misión de tu estudio de animación?
2. ¿Cuáles son los principales tipos de proyectos en los que se especializa tu estudio?
3. ¿Qué aspecto o característica única crees que distingue a tu estudio de animación de otros en la región?
4. ¿Qué métodos o estrategias utilizan para comunicarse y darse a conocer tanto a nivel local como internacional?
5. ¿Cómo han logrado crecer en el mercado de la animación en Latinoamérica a lo largo del tiempo?
6. ¿Qué desafíos han enfrentado al expandirse y cómo los han superado?
7. ¿Qué estrategias han encontrado más efectivas para reclutar y gestionar talento en el ámbito de la animación?
8. ¿Cómo mantienen la creatividad y la innovación en su estudio?
9. ¿Qué consideras que ha sido clave para el éxito de tu estudio en la industria de la animación?
10. ¿Qué consejos darías a aquellos que están comenzando en la industria de la animación en Latinoamérica?

# ANEXOS

## ENTREVISTAS

### JUAN MANUEL DUQUE

(Director de Mambo estudios en Cali - Colombia)

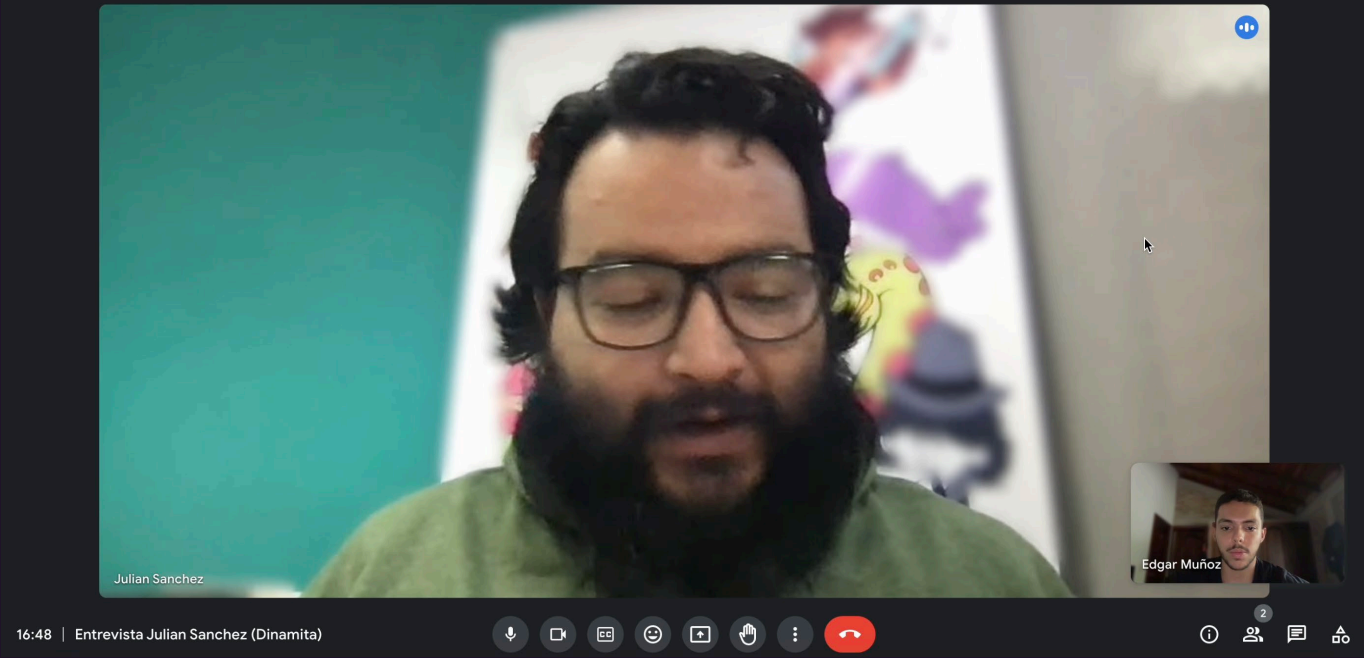


# ANEXOS

## ENTREVISTAS

### JULIÁN SÁNCHEZ

(Director de Dinamita estudios en Cali - Colombia)



# ANEXOS

## ENTREVISTAS

### JOSÉ CARVALLO

(Profesor y productor de Penblade Studio en Chile)



# ANEXOS

## ENTREVISTAS

### MARTÍN LARA

(Profesor de animación y colorimetría, director de animación de Six Studio en Argentina)



