

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de diseño y comunicación

Producción de videos informativos sobre el impacto económico del COVID-19 en el Ecuador.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en producción para medios de comunicación

Presentado por:

Jaime Marcelo Molina Valverde

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a todas las personas que siguen luchando contra la pandemia, a sus familiares, y a los que sucumbieron ante la enfermedad, quienes seguirán viviendo en la memoria de sus seres amados.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a la Escuela Superior Politécnica del Litoral por acogernos por todos estos años y brindados en sus instalaciones y por delimitar un horizonte integro para afrontar la vida.

Mis más sinceros agradecimientos a los docentes y personal de la ESPOL, por guiarme de manera óptima tanto académica como humanamente.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, me(nos) corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *(nombre de los participantes)* y doy(damos) mi(nuestro) consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

Marcelo Molina V.

Autor

EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Eva Lodeiro Señaris', written on a light blue grid background.

Msc. Eva Lodeiro Señaris

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Victor Cantos Luces', written on a light blue grid background.

Msc. Victor Cantos Luces

RESUMEN

El COVID-19 es un virus que está ocasionando disyuntivas tanto sociales, sanitarias como económicas en casi la totalidad del planeta desde el mes de marzo del 2020. Sin embargo, en el caso de la economía se considera que su análisis y contextualización es algo irrelevante a escala poblacional, por el factor implícito de la temática, además de que se focaliza la problemática en el ámbito de salud por encima de cualquier otro, debido a que es el impacto más inmediato de la actual pandemia. En respuesta a aquella falencia, la propuesta audiovisual sobre el impacto del virus en la economía del Ecuador, pretende sintetizar la información cuantitativa y otorgar sugerencias y consejos cualitativos a la ciudadanía de manera práctica y sencilla. La campaña, que fue concebida con un total de 4 capsulas informativas, fue realizada en su totalidad de manera animada, más en concreto usando la técnica de motion graphics, y segmentando la problemática en varios subtemas en cada animación, para un mejor discernimiento de las cifras y contextualización del tema. Al finalizar el primer corte del proyecto, se procedió a medir el interés general de la audiencia frente a este tipo de iniciativa mediante una encuesta, la cual contaba con una estructura sencilla de seis preguntas objetivas sobre el tema a tratar. Al tabular los resultados, se concluyó que la propuesta está bien enfocada, resulta interesante y es útil al espectador, por lo que su viabilidad esta remarcada de manera explícita.

Palabras Clave: Pandemia, Motion Graphics, propuesta audiovisual, audiencia.

ABSTRACT

COVID-19 is a virus that is causing both social, health and economic dilemmas in almost the entire planet since March 2020. However, in the case of the economy, its analysis and contextualization is considered irrelevant on a population scale, due to the implicit factor of the theme, in addition to the fact that the problem is focused on the health field above any other, because it is the most immediate impact of the current pandemic. In response to that shortcoming, the audiovisual proposal on the impact of the virus on the Ecuadorian economy, aims to synthesize quantitative information and provide suggestions and qualitative advice to citizens in a practical and simple way. The campaign, which was conceived with a total of 4 informative capsules, was carried out in its entirety in an animated way, more specifically using the motion graphics technique, and segmenting the problem into several subtopics in each animation, for a better discernment of the figures and contextualization of the subject. At the end of the first cut of the project, the general interest of the audience in front of this type of initiative was measured through a survey, which had a simple structure of six objective questions on the subject to be discussed. When tabulating the results, it was concluded that the proposal is well focused, interesting and useful to the viewer, so its viability is explicitly highlighted.

Keywords: Pandemic, Motion Graphics, Audiovisual proposal, Audience.

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	5
RESUMEN.....	I
<i>ABSTRACT</i>	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS	VI
SIMBOLOGÍA	Error! Bookmark not defined.
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE PLANOS	Error! Bookmark not defined.
CAPÍTULO 1	9
1. Introducción.....	9
1.1 Descripción del problema	9
1.2 Justificación del problema.....	11
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 Objetivo General	2
1.3.2 Objetivos Específicos.....	2
1.4 Marco teórico	3
1.4.1 Impacto inmediato del del COVID-19	3
1.4.2. Impacto del COVID-19 a nivel poblacional en el Ecuador.....	3
1.4.3. segmentación del impacto del COVID-19 a nivel económico en el Ecuador.....	3
1.4.4. producto audiovisual informativo y de recomendación.....	3

CAPÍTULO 2.....	4
2. Metodología	4
2.1. Grupo objetivo	4
2.2 Método de recolección y análisis de datos.....	5
2.3 Recursos informativos utilizados.....	5
2.3.1 Fuentes primarias cronológicas y contextuales.....	5
2.3.2 Fuentes secundarias de información.....	5
2.4 Flujo de trabajo de la producción	6
2.4.1 Preproducción	7
2.4.2 Técnica y estética.....	7
2.5. Producción.....	7
2.6. Postproducción.....	7
CAPÍTULO 3.....	8
3. Resultados y análisis	8
3.1 Análisis de la Segmentación de la problemática.....	8
3.2 Presupuesto y análisis de costos.....	9
3.3 Encuesta y análisis de audiencia.....	10
CAPÍTULO 4.....	11
4. Conclusiones y recomendaciones.....	11
4.1 Conclusiones	12
4.2 Recomendaciones	13

BIBLIOGRAFÍA.....	14
APÉNDICES	15
APÉNDICE A.....	16

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
CIP	Cámara de Industrias y Producción del Ecuador
MSP	Ministerio de Salud Pública
ONU	Organización de Naciones Unidas
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. proyección del impacto de la pandemia en latinoamerica	1
Figura 1.2. Gráfico sobre la tasa de desempleo presentado por el ministro Iván Ortaneda.	1
Figura 1.3 . Simulación con un modelo SEIR del número de infectados y hospitalizados.	1
Figura 1.4. avance de la curva de contagio en el Ecuador.....	1
Figura 1.5. infografía basada en encuestas.	3
Figura 1.6. proyección de disminución de ventas en sector productivo.....	3
Figura 1.7. Ilustración de Máximo, mascota oficial de la campaña yo soy Máximo	3
Figura 2.1. Fragmento del guion de la cápsula 2.	7
Figura 2.2. Fragmento de storyboard de la cápsula 3.	7
Figura 2.3. Paleta de colores predominante de las cápsulas animadas.	7
Figura 2.4. Captura del diseño de personajes usados en las cápsulas.	7
Figura 2.5. Captura de escena de apertura de la cápsula 1.	7
Figura 2.6. Estructura de 3 pasos de cada cápsula animada	7
Figura 2.7. Proceso de edición y exportación final.	7
Figura 2.8. Miniatura de la propuesta de 4 cápsulas animadas.	7
Figura 3.1. Formato de encuesta realizada en línea.....	10
Figura 3.2. Resultados generales de la encuesta en línea.....	10

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Presupuesto de la propuesta audiovisual a escala profesional.....	9
Tabla 1.2. desglose de las respuestas más relevantes de la encuesta en línea.....	10

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El COVID-19, comúnmente denominado como coronavirus, es un agente infeccioso que ha desatado una pandemia a escala global, y que ha perjudicado a la mayor parte de las naciones del planeta, aunque ciertamente, a algunas de forma más contundente que a otras. Según la OMS, el principal motivo de la expansión tan rápida de la enfermedad fue el hecho de desconocer previamente sobre el virus antes del primer brote ocurrido en china, lo que imposibilitó establecer un plan de acción de manera inmediata, lo que desencadenó en la situación actual en la mayoría del globo.

La forma generalizada de controlar una pandemia, en la mayoría de países, es el confinamiento obligatorio por parte de los gobiernos, esto con el fin de evitar acrecentar la curva de infección en las ciudades, y así ganar tiempo hasta que surjan medidas más definitivas para tratar dicha circunstancia, sin embargo, es necesario un nivel de cultura adecuado por parte de la población para que dicha dinámica tenga resultados satisfactorios a corto y mediano plazo.

En lo que respecta a la repercusión de este tipo de medidas, el sector más afectado es, en efecto el sanitario, debido a que es la primera barrera en la lucha contra la propagación del virus, y debido a que el personal humano, no está exento de contagios. En el caso de Ecuador, según un informe del MSP, para inicios de abril ya existían aproximadamente 1.600 trabajadores de la salud infectados, lo que ocasionó un desabastecimiento de personal capacitado y consecuentemente un aumento en la curva de contagios, que iba extendiéndose hacia los demás sectores del país, como el económico y productivo del mismo.

1.1 Descripción del problema

La aparición del COVID-19 ha puesto en jaque a la mayor parte de la economía mundial, sin embargo, los sitios más afectados han sido los países en vías de desarrollo, cuyos gobiernos y contextos poseen problemas internos preexistentes.

IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS ECONOMÍAS DE LATINOAMÉRICA

(VARIACIÓN DEL PIB PARA 2020 EN %)

PAÍS	PROYECCIÓN REVISADA	PROYECCIÓN INICIAL
 VENEZUELA	-12,5	-8,5
 MÉXICO	-4	0,7
 ARGENTINA	-2,6	-1
 ECUADOR	-2,3	-1
 CHILE	-1,5	1,8
 BRASIL	0	1,4
 PERÚ	1	3
 COLOMBIA	1,3	2,9

Fuente: Credit Suisse

figura 1.1 proyección del impacto de la pandemia en latinoamerica
(Credit suisse,2020)

En el caso de Ecuador, la pandemia ha sacado a relucir las falencias más severas de la zona, en particular la endeble economía de la misma, mermada aún más por la devaluación del crudo y las urgencias fiscales causadas por el mal manejo de los fondos.

Comparativo

En diciembre 2019, la tasa de desempleo alcanzó el 3,8% a nivel nacional.



Impactos de la emergencia COVID

508 mil personas podría entrar al desempleo (incremento de la tasa al 9% - 10%)

233 mil personas van hacia la informalidad (incremento de la tasa al 9% - 10% BM*)

Figura 1.2- Gráfico sobre la tasa de desempleo presentado por el ministro Iván Ortaneda. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca,2019).

Basado en los antecedentes de la tasa de desempleo del año pasado en el país, se puede estimar un descenso aún mayor en la situación actual. El ministro de Producción, Iván Ortaneda, aseveró que 508 000 personas podrían perder sus plazas laborales y, el aumento de esta tasa sería del 9 % al 10 % (I. Ortaneda, transmisión en directo, abril del 2020) lo que se traduce en la pérdida de estabilidad económica en el sector productivo generalizado, lo cual también se extiende por consecuente en la economía doméstica urbana, e inclusive rural.

1.2 Justificación del problema

En la Actualidad, las campañas relacionadas al COVID-19 en el Ecuador, están más enfocadas en informar sobre la enfermedad de manera generalizada, matizando en ciertos métodos para evitar la expansión entre las personas, o temas relacionados al mismo, como medidas de nutrición o salud para la población. No obstante, en este tipo de propuestas se omite parcial o casi totalmente la raíz de la problemática en los hogares, negocios, y demás, el cual radica en los estragos que están ocurriendo en la economía de las mismas, lo que desencadena un efecto domino que exponencialmente repercute en cada uno de los sectores de la nación, en particular los alimenticios y sanitarios.

Entidades como el MSP, concentran sus esfuerzos en campañas sobre la sensibilización de la enfermedad, y la forma de evitarla, no obstante, no matizan en las consecuencias de dichos vectores en las demás áreas, lo cual es comprensible considerando que dicha entidad se centra en cifras y control en el ámbito sanitario del país. Partiendo de ese punto, a nivel nacional es necesario un impulso a campañas comunicacionales enfocadas en información y medidas económicas para la población en medio de esta pandemia, para evidenciar el problema a escala contextual y microeconómica, lo que permitirá identificar mejor las falencias a nivel poblacional y por ende ayudar a establecer un plan de acción para cada grupo focalizado. Por ello, es prudente aseverar que una buena base informativa y sintetizada sobre la disyuntiva dirigida a la ciudadanía acerca de la problemática en un ámbito más numérico, pero sin indagar demasiado en conceptos técnicos, permitirá una mayor comprensión del tema por parte de la población y de esa manera un mejor plan de acción y adaptación de los mismos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta audiovisual sobre el impacto económico del covid-19 a nivel local, mediante cápsulas animadas para el mejoramiento de la comunicación sobre medidas preventivas y de ahorro, en economías familiares.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. revisar material argumentativo y de análisis sobre el impacto económico del COVID-19 a nivel local, basado en la síntesis dada en material de archivo o ensayos académicos referentes al tema.
- 2 reconocer las consecuencias y problemáticas del impacto del covid-19 en la económica local.
- 3 producir material audiovisual sobre el tema que incluya consejos y medidas de ahorro económico y prevención general.

1.4 Marco teórico

En este proyecto se analizan las bases informativas acerca de las consecuencias económicas del COVID-19 y recomendaciones para la situación a nivel local, considerando algunas variables relacionadas a subáreas dentro de la problemática, tales como el sector netamente productivo, el sector doméstico y el sector comunal.

1.4.1 Impacto inmediato del del COVID-19.

Para poder abordar el tema económico per se, primero hay que mencionar el aspecto inmediato del mismo, es decir ir de los primeros síntomas de los estragos. En este caso, el primer impacto a gran escala es el número de contagiados y hospitalizados, el cual se puede cuantificar por la experiencia de los acontecimientos recientes, no obstante, el método más común para cuantificar las consecuencias es a través de simulaciones y estimaciones que delinear una serie de escenarios posibles.

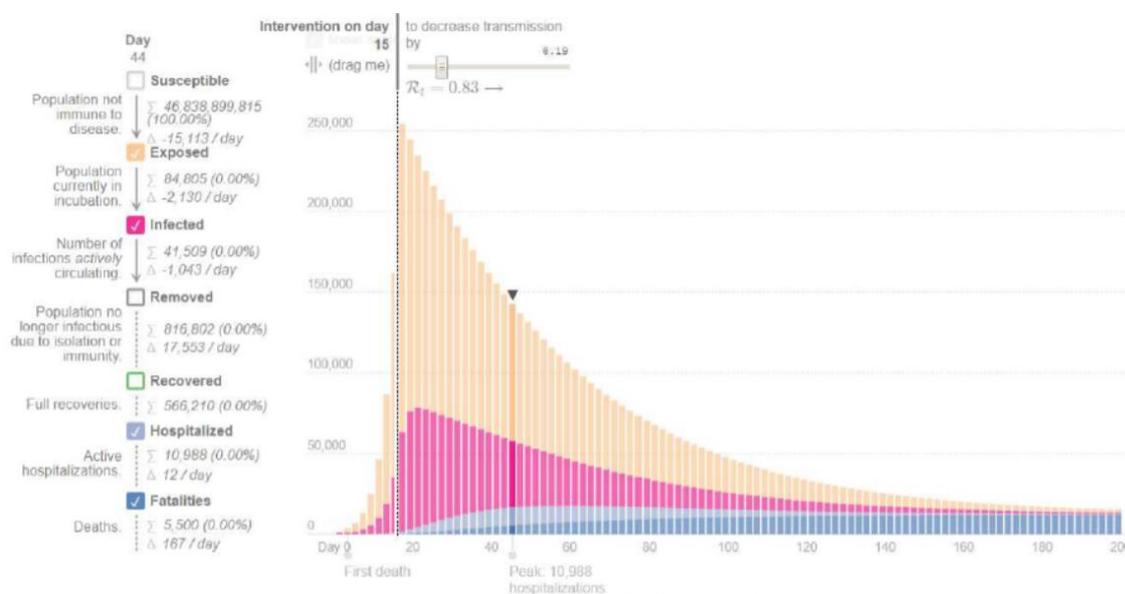


Figura 1.3. Simulación con un modelo SEIR del número de infectados y hospitalizados. (Boscá y otros, 2020).

Basado en la posible estimación de la curva de infectados, hospitalizados y decesos en España, se puede inferir el punto máximo de la situación y su posterior aplanamiento. En cuanto a la duración de los estragos que se producen como consecuencia del estado

de alerta, una vez delimitada las fechas, en el supuesto de partida (también optimista) es que los shocks se eliminan paulatinamente hasta el final del segundo trimestre (Boscá y otros, 2020). Estos datos pueden extrapolarse hasta cierto punto con los de otras naciones, por ejemplo, con Ecuador, debido a que poseen ciertas similitudes en cuanto a geografía y extensión, pero también hay diferencias notables en los sistemas de servicios de salud y sector productivo.

No obstante, la principal diferencia entre España y la mayoría de países latinoamericanos, radica en el posicionamiento de los ideales políticos dentro del contexto monetario de cada país, los cuales debido a falta de un esquema de desarrollo sustentable aún se encuentran en etapa de búsqueda y experimentación para encontrar posibles soluciones para los problemas más intrínsecos en dicha zona continental, como la disonancia entre clases sociales y la falta de empleos para todos los ciudadanos. (Arévalo Luna G., 2014).

1.4.2. Impacto del COVID-19 a nivel poblacional en el Ecuador.

Una vez contextualizada la problemática el área de manera externa, se puede entrar en situación en el país. Lo primero a mencionar en el caso de Ecuador, es que gran parte de especialistas concuerdan que la crisis causada por la pandemia del COVID-19 se salió de control debido a las urgencias preexistentes en la zona. “La gente no está muriendo de coronavirus. / La gente en Ecuador está muriendo de capitalismo. / De pésimos servicios públicos y privados, no sólo de salud” (Santiago Roldós, 2020) es la frase que enmarca la mayor falencia en la estructura de la nación, y es por eso que el enfrentar la situación como ciudadano ordinario dentro de estas fronteras es, en la mayoría de los casos, insustentable.

Casos confirmados 53 156

PCR: 44 200

Pruebas rápidas: 8 956

Actualizado al 25 de junio

■ Casos totales

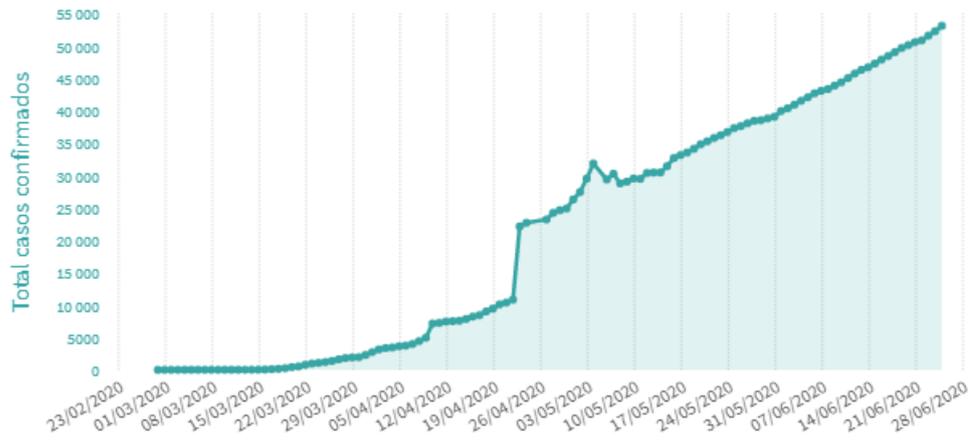


Figura 1.4. avance de la curva de contagio en el Ecuador. (MSP,2020).

Para poder cuantificar el impacto en la población del país, el ministerio de salud pública (MSP) dispone de reportes de forma recurrente, además cuenta con cuatro clases de cifras ligadas a los fallecimientos por COVID-19 o causas relacionadas, para así determinar el grado de la curva desde su aparición. Sin embargo, lo esencial es determinar el ascenso en el número neto de contagiados, el cual ha escalonado de manera rápida y alarmante, ya que, según el MSP, a inicios de abril la cifra era menor a 4.000, mientras que a finales del mismo mes los casos ascendieron a 24.675, lo cual deja en evidencia una falta de control por parte del gobierno, pero también revela falta de prevención por parte de la población, ya sea por desconocimiento, negligencia u otras causas.

A pesar de las preocupantes cifras oficiales, el impacto real del COVID-19 en el Ecuador puede ser exponencialmente más grande del presentado, ya que según un informe internacional, la cifra de decesos generados por la Pandemia en el país son al menos 15 veces más elevadas que los números arrojados por el gobierno (The New York Times, 2020), lo que indicaría que el estado ya no posee la capacidad de otorgar cifras fidedignas, por lo que el mensaje de esta premisa a nivel general es el considerar el impacto del agravio que el virus puede causar a países en vías de desarrollo (I. Bajaña, 2020).

¿Sus prioridades en el gasto de productos y servicios van a cambiar?



1.4.3. segmentación del impacto del COVID-19 a nivel económico en el Ecuador.

El daño en el sector económico es el principal eje a considerar en el Ecuador, debido a la escasa estabilidad del mismo antes de la presencia de la epidemia presentada, por lo que toda la inseguridad financiera en el porvenir pone a la población en una situación en la que tienen que adaptarse a una nueva realidad, en la que los hábitos irán cambiando de forma gradual, y cuyos efectos serán palpables a corto y a largo plazo. (C. Paez,2020).

Figura 1.5. infografía basada en encuestas. (IPSOS, 2020).

Analizando las opiniones arrojadas en la encuesta realizada por la multinacional de investigación y mercado IPSOS, más de la mitad de la población considera prioritario enfocar sus gastos en dos grandes variables puntuales, las cuales son la alimentación y salud. Esto aplica para los consumibles, tales como víveres y fármacos, sin embargo, el principal reto para los ciudadanos es el acceder a dichos artículos de primera necesidad sin tener que interactuar de forma recurrente con el exterior, ya que con cada salida el riesgo de contagio es cada vez mayor.

En el caso del sector empresarial, las consecuencias de la pandemia a corto plazo ya son visibles en el país, y su escala es tal que la cámara de industrias inicio un proceso de análisis en el que se examinaron tres posibles variables que podrían afectar a un estimado de 69,000 empresas, las cuales, a grandes rasgos, son: la caída en la primera quincena del mes de afectación, luego la paulatina flaqueza y posterior cierre de

negocios en el segundo mes, y por último, la falta de liquidez terminaría por estancar la economía desde el tercer mes a mediano y largo plazo.(R. Gutiérrez, M. Antonio; Bonilla, D. & Mauricio,2020).

Hay que sumar el hecho de que los programas de servicios sanitarios dependen del sector productivo primario, en particular la minería, en donde el principal producto con el que contaba el país como soporte, es decir el petróleo, ha sufrido una caída sin precedentes, lo que complica aún más los escenarios favorables para dicha área. (A. Acosta,2020).

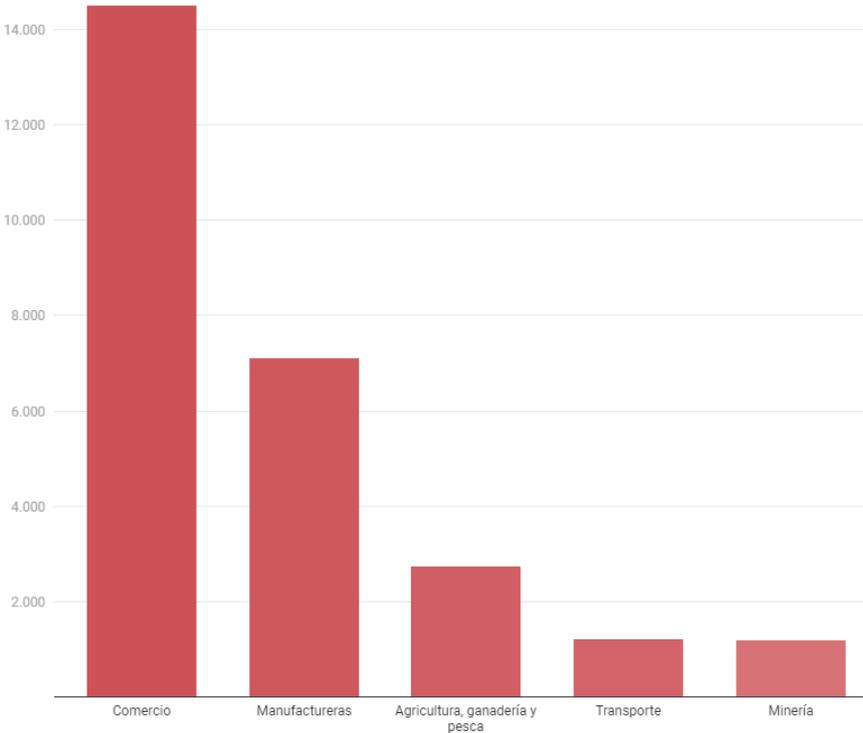


Figura 1.6. proyección de disminución de ventas en sector productivo. (CIP,2020).

Partiendo del punto anterior, según las proyecciones dadas por la CIP, uno de los sectores productivos más afectados después de la minería y el transporte, sería la parte productiva primaria, es decir la agricultura , ganadería y pesca, lo que supondría una repercusión directa para la economía de las zonas rurales encargadas de laborar en dicha área, además de una subsecuente desvinculación con toda la línea productiva a causa de una falta de liquidez, lo que genera un estancamiento que si no se trata a tiempo puede costar el empleo permanente a varias comunidades.

1.4.4. producto audiovisual informativo y de recomendación.

Desde mediados del siglo 20, la difusión de información logro conectar al mundo como nunca lo había hecho, y permitió romper barreras tanto idiomáticas como culturales, todo a través de diversas formas de comunicación, y una de las más usadas en la actualidad por su llamativo visual y fácil representación figurativa es el contenido de animación.

En Latinoamérica, este tipo de contenido tuvo un impacto particularmente positivo en la sociedad y sobre todo en la educación de la familia, ya que hubo un cambio de paradigma en lo que respecta a la forma de enseñar y prevenir sobre un tema en particular, y los responsables de dicho cambio fueron la UNICEF, quienes en colaboración con Disney presentaron su campaña yo soy máximo, del año 1993, en la cual usando recursos de animación y a su representante Máximo el tucán, se encargaban de informar y promover acerca de la importancia de la vacunación y la lactancia materna.



Figura 1.7. Ilustración de Máximo, mascota oficial de la campaña yo soy Máximo (UNICEF,2016).

Dicha campaña logro llegar al público y cumplir su propósito, de tal forma que hasta el año 2016 aún se mantenía vigente, y continuaba con su propuesta comunicacional original y con el objetivo de seguir llegando a toda la población que amerite aquella información. Además, con dicha propuesta, la UNICEF logro democratizar el contenido, representarlo de forma atractiva, y simplificarlo de tal manera que su mensaje pueda ser captado por un amplio margen de público, y de manera concisa. (F. Checa, 1994).

Por ende, utilizando como referente este tipo de material, se puede ofrecer uno con características similares pero dirigido a otra problemática, que en este caso sería las repercusiones económicas de dicho virus en el Ecuador, y como afrontarlo de manera eficiente por parte de la población.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

En este proyecto es necesario tomar en consideración una serie de factores que influirán en el grado de calidad del producto final. Uno de los tópicos más evidentes a tener en cuenta es el material de investigación, ya que, si bien la premisa de esta propuesta no busca indagar en detalles estadísticos de alto calibre ni en conceptos demasiado detallados, es necesario un análisis medianamente profundo sobre la economía en el país y sus antecedentes cercanos, para así tener un punto de partida sólido para direccionar la propuesta, que en este caso es la repercusión del COVID-19 en la economía del país, pero a nivel contextual y segmentado, focalizando en los ámbitos poblacionales como el hogar y los negocios locales, es decir, indoles que están estrechamente relacionadas con la ciudadanía en general.

2.1. Grupo objetivo

El principal grupo al que está enfocado la propuesta audiovisual es al sector económicamente activo de la población, es decir a jóvenes y adultos a partir de los 18 años, hasta un rango aproximado de los 45-50, debido a que se trata de una audiencia con un conocimiento previo del tema, lo cual es adecuado para captar rápidamente el mensaje de la propuesta.

2.2 método de recolección y análisis de datos.

El método investigativo escogido es el cuantitativo, con base a un modelo de análisis paramétrico, debido a que es crucial que la información ilustrada en el contenido sea

fidedigna y medible, ya que así, se puede tener la certeza en cuanto al preludio contextual de la problemática mencionada, y es gracias a dichas cifras y datos recopilados, que se pueden sacar aseveraciones útiles acerca de la disyuntiva, para después representarlo en un producto audiovisual, y por ende, ayudar a concientizar a la población sobre el tópico de manera puntual y directa, sin matizar en áreas demasiado complejas o extensas. No obstante, también se tomó en consideración cierta información cualitativa, basada en entrevistas recopiladas por ciertas entidades privadas, que permitieron un enfoque más sensible de la problemática a informar.

Además, debido a que la problemática en si es un hecho de la actualidad, las fuentes de investigación son en su mayoría artículos recientes y extractos de medios de comunicación, los cuales en su mayoría basan sus premisas en datos estadísticos obtenidos de entidades gubernamentales y privadas.

2.3 Recursos informativos utilizados

2.3.1 Fuentes primarias cronológicas y contextuales.

Debido al hecho de tratarse de una problemática reciente, no existen fuentes bibliográficas demasiado extensas en contenido, ya que la disyuntiva aún se encuentra en desarrollo en la actualidad. No obstante, se tiene como guía marcar un modelo de sucesos cronológicos, con el fin de establecer un orden de los sucesos de manera clara, por ende, se tiene como antecedente artículos de investigación que pauten un referente del tema, tales como ***Sectores de la economía ecuatoriana desde una perspectiva empresarial :Aplicación de la matriz Boston Consulting Group y Propuestas societarias y concursales para mitigar el impacto económico del COVID-19 en el Ecuador (2020).***

2.3.2 Fuentes secundarias de información

Como material de apoyo investigativo se buscaron diversos artículos periodísticos de varios medios de prensa y comunicación en la red a escala nacional, debido a que confieren un análisis tanto cualitativo gracias a las opiniones y vivencias del público, como cuantitativo por las estadísticas mencionadas, todo esto a su vez que permite una retroalimentación constante debido al desarrollo actual del tópico a tratar, no obstante la

prioridad es darle énfasis a los datos numéricos para medir y segmentar la problemática de manera objetiva, por lo que se concentrará la búsqueda de cifras.

2.4 Flujo de trabajo de la producción

Al establecer toda la información cuantitativa y cualitativa, se procedió a materializar el contenido informativo en una estructura audiovisual.

2.4.1 preproducción

La etapa de preproducción es la que cimienta los aspectos narrativos y lógicos dentro de la propuesta, por ello se debe tener una fuente de información fiable y cronológica para poder establecer un orden en los acontecimientos y situaciones, sobre todo, cuando se trata de un tema como el COVID-19, el cual tiene un inicio y desarrollo delimitados. Luego de segmentar la información de manera contextual y temporal, vino la etapa de síntesis de la misma, lo cual se logra a través de la realización de un guion. El mismo se adaptó a un tiempo de ejecución relativamente corto, puesto que las capsulas disponen de una duración limitada de 2 minutos aproximados, por ello se consideró la objetividad de los datos y estructura narrativa.

Se muestra una casa con su respectiva "familia".
V.O.
El Coronavirus en la economía del hogar. (0:05)
Se muestra una representación del porcentaje de personas en sus hogares, y el mapeo.
V.O.
Desde el inicio de la pandemia, aproximadamente el 70% de los ecuatorianos ha permanecido en casa, cifra estimada mediante un mapeo de movimiento celular. (0:11) (fuente: ministerio de telecomunicaciones)
Se representa el aumento en el gasto promedio debido a nuevas necesidades.
V.O.|
Esto ha provocado que el gasto promedio del hogar crezca exponencialmente, debido al aumento en la compra de medicamentos y productos de aseo. (0:08)
Se representa el aumento de "peso" en la canasta básica.
V.O.
Y en cuanto a otros desembolsos, como los viveres, estos aumentaron en un 58%, ocasionando que la canasta básica se haga mucho más densa de costear. (fuente Ipsos) (0:10)

Figura 2.1. Fragmento del guion de la cápsula 2. Elaboración propia.

Después del tratamiento de simplificación informativa dado en el guion, siguió la etapa del storyboard (guion visual), el cual permitió un borrador para la idea visual general de la animación, esto es, toda figura, personajes y entornos dentro de ella, su función dentro de la misma, lo que permitió poco a poco crear una estética uniforme y característica para las propuestas.

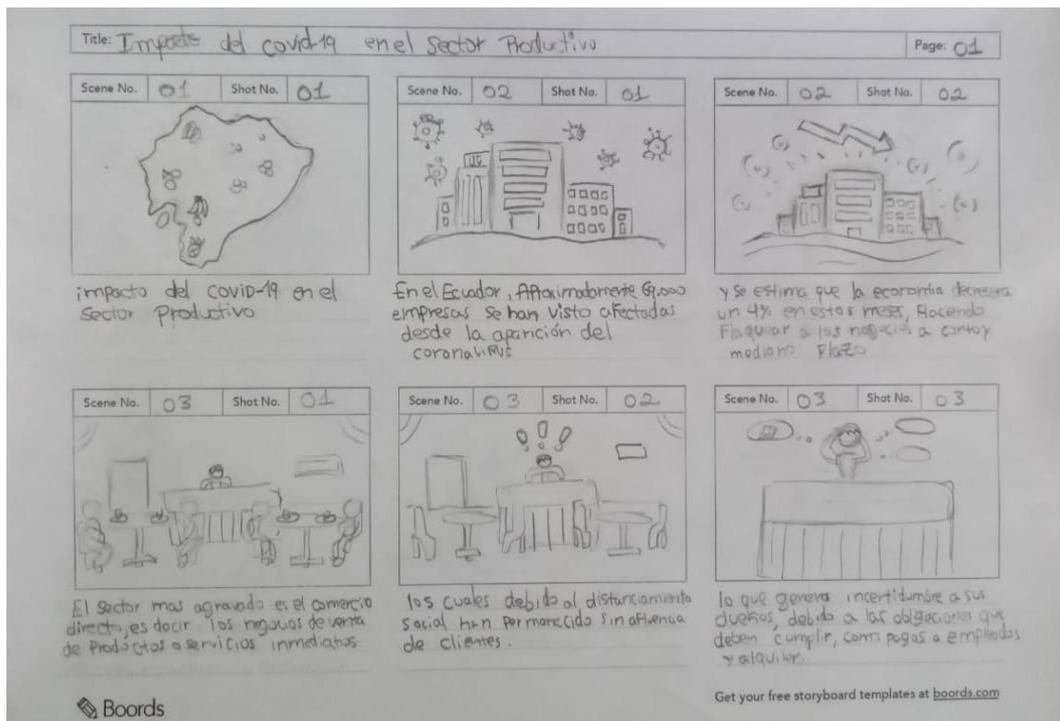


Figura 2.2. Fragmento de storyboard de la cápsula 3. Elaboración propia.

2.4.2. técnica y estética.

Para el desarrollo de la propuesta audiovisual se optó por una técnica de animación bidimensional digital basada en segmentos animados a modo de cápsulas informativas, donde predomina la estética plana y el uso de figuras simples, con una paleta de colores donde predominan las gamas de azules y grises. Finalmente, en cuanto al mensaje de la misma se da a través de infografías animadas respaldadas por una locución en off.



Figura 2.3. Paleta de colores predominante de las cápsulas animadas.

El objetivo de la estética implementada en la animación es el de resaltar los datos y porcentajes, de manera concisa; por ello las figuras deben ser lo más simples posible, para evitar generar tensión visual en el espectador, y así permitir una observación más relajada del entorno y permitir dar énfasis a los datos numéricos de manera progresiva y orgánica. Sin embargo, la parte visual del trabajo solo es una parte del mismo, ya que la narrativa a contar es lo que termina de poner en situación la premisa de cada una de las capsulas, las cuales están relacionadas directamente una con otra.



Figura 2.4. Captura del diseño de personajes usados en las cápsulas. Elaboración propia.

De igual forma, el diseño de los personajes y figuras humanas son simplificadas hasta el punto de dejar únicamente la silueta de las mismas, para que encajen con el resto de elementos planos dentro de la animación.

2.5. Producción.

Luego de delimitar toda la estructura estética y narrativa de las cápsulas, comenzó la segunda etapa, la cual es la producción de las mismas, de manera digital en el programa

de after effects, en donde se presentó el título y temática al inicio de la animación, ya que cada una se focalizo en un subtema relacionado al impacto económico del COVID-19, los cuales son:

- 1. Contexto inicial y medidas primordiales
- 2. impacto a nivel doméstico (hogares)
- 3. impacto a nivel laboral (negocios y emprendimientos)
- 4. impacto a nivel rural.



Figura 2.5. Captura de escena de apertura de la cápsula 1.

De igual manera que cada cápsula está delimitada por un subtema a tratar, cada una tiene una estructura narrativa lineal que sigue una premisa sencilla de captar, comenzando con la contextualización del tema, a través de infografías animadas en donde se recalcan las cifras y datos cuantitativos de manera breve pero concisa, para después pasar a realizar una pregunta al espectador sobre la problemática tratada hasta ese momento, a modo de interacción directa, y el resto de la animación se trata de una

serie de sugerencias y reflexiones a modo de retroalimentación sobre la información presentada, y como estos consejos pueden llegar a generar un cambio en el espectador.

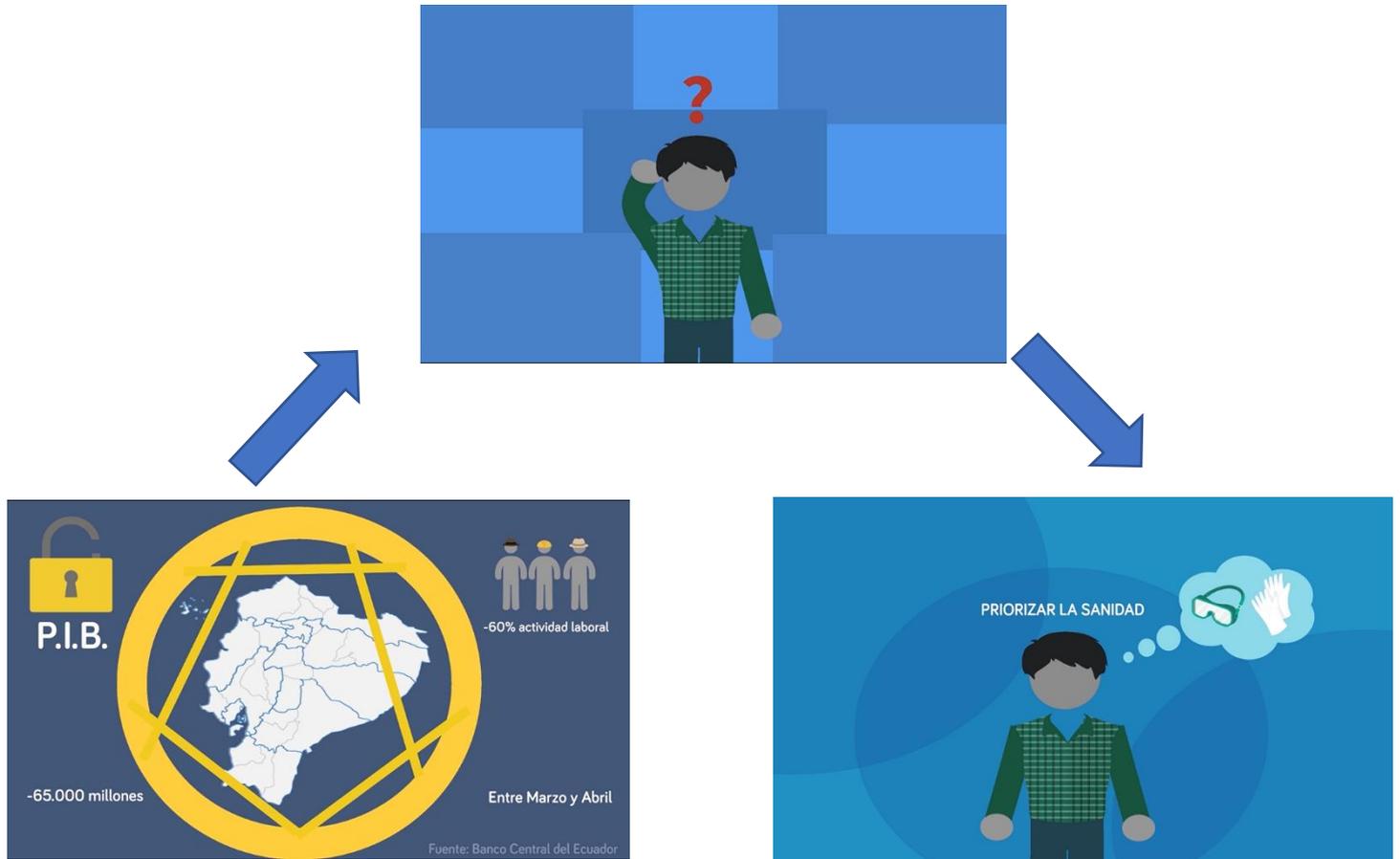


Figura 2.6. Estructura de 3 pasos de cada cápsula animada (infografía, pregunta al espectador, respuesta y sugerencia).

2.6. Postproducción.

Como etapa final se tiene la post- producción, en donde se agregan todos los detalles faltantes, como efectos, transiciones y la locución en off del guion, la cual deberá ser editada y masterizada para que haya una correcta sincronización de la misma con las escenas presentadas.

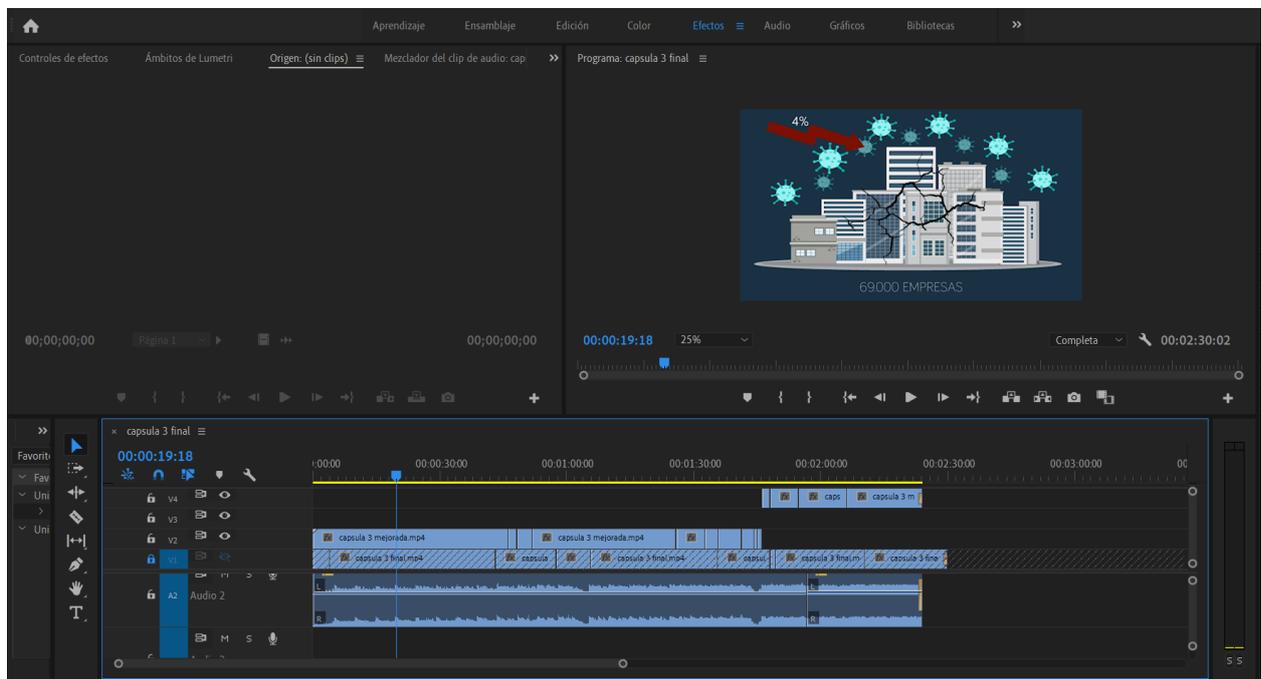


Figura 2.7. Proceso de edición y exportación final.

Como último paso, luego de la renderización, se obtiene como resultado el producto final, el cual es una cápsula animada en resolución 1920x1080 y en formato mp4., la cual se puede difundir sin problemas en cualquier plataforma o medio comunicativo.



Figura 2.8. Miniatura de la propuesta de 4 cápsulas animadas.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En la presente sección se mencionan a detalle los resultados obtenidos de la investigación y de la información obtenida mediante una encuesta realizada digitalmente.

3.1 Análisis de la Segmentación de la problemática

Gracias a la información obtenida por la investigadora IPSOS, se pudo sondear de manera superficial las principales disyuntivas de la población a escala nacional, como por ejemplo sus prioridades o principales gastos, lo que ayudo a poder entender mejor la situación de manera subjetiva y así direccionar las sugerencias a un lado más humano, sin olvidar la parte numérica.

Por otro lado, los datos cuantitativos otorgados por diversas entidades, como el ministerio de cámaras de industrias y producción, revelo una cifra aproximada de 69,000 empresas afectadas por la pandemia, lo que deja en evidencia la principal consecuencia, la cual es el estancamiento laboral. Por ende, indagando más a profundidad sobre otras cifras, se encontró una alternativa que está tomando fuerza, la cual es el servicio a domicilio, cuya necesidad en la actualidad ha permitido, según el ministerio del trabajo, un aproximado de 28.000 nuevas plazas en ese ámbito, lo que ayuda a visibilizar ciertas alternativas para algunos lugares, como los establecimientos de comida o artículos misceláneos, como fármacos o útiles de oficina, los cuales también tienen la posibilidad de ofrecer aquel tipo de servicio, y así mantenerse activos laboralmente.

3.2 presupuesto y análisis de costos.

Habiendo establecido los puntos clave de la premisa, como su problemática y cifras estimadas, y también la extensión general que abarcara la propuesta audiovisual, se Pudo empezar el análisis la parte presupuestaria del mismo y verificar su rentabilidad a nivel general como producto.

	especificaciones	Cantidad	Valor
Realización			
Dirección general		1	\$900,00
Dirección de arte		1	\$600,00
Animación		1	\$650,00
Asistente de animación		1	\$250,00
Locución/voz en off		1	\$200,00
Pre-Producción	Hojas, impresoras, útiles.		\$50,00
computadoras	Con programas incluidos, tarjetas gráficas y demás hardware	2	\$1600,00
Equipo de audio (micrófonos)		2	\$100,00
Ilustrador		1	\$700,00
sonorización			\$400,00

Postproducción y efectos adicionales	Masterización de audio, exportación y ajuste de color.	1	\$600,00
Community manager		1	\$300,00
Gastos de publicidad en redes		4	\$30,00
Total			\$8170,00

Tabla 1.1. Presupuesto de la propuesta audiovisual a escala profesional.

Se tiene previsto todas las áreas necesarias para la producción de la propuesta dentro de los costos estimados, y se pretende ofrecer este tipo de campaña audiovisual a cadenas televisivas a nivel nacional.

3.3 encuesta y análisis de audiencia.

Una vez concluida toda la parte investigativa y practica del proyecto, se procedió a difundirlo en una plataforma digital (YouTube), la cual visito un público el cual formo parte de una encuesta generada en formularios de Google, con el objetivo de que contesten una serie de preguntas de basadas en aspectos tanto técnicos como contextuales de la propuesta en general, para una posterior retroalimentación de los resultados.

Opinión de propuesta audiovisual sobre el COVID-19

encuesta sobre propuesta audiovisual basada en cápsulas animadas

Antes de realizarla, por favor visitar el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=x_qimcC2o8A&list=PL_8C8nSimGTHz4PkIsVdRGCGI7ggJYEU

¿Qué opina sobre la premisa general de la propuesta? (Impacto económico del COVID-19 en el Ecuador, y consejos útiles para la población) *

Muy interesante

Interesante

Poco interesante

¿Cuál es la característica que más llamo su atención de las cápsulas? *

Estética

Información y mensaje

Ritmo y fluidez

De todas las cápsulas, ¿cuál considera la más interesante y que mejor cumple su objetivo comunicacional? *

Cápsula 1

Cápsula 2

Cápsula 3

Cápsula 4

De estas opciones, marque la que considere como un punto débil de la propuesta *

Claridad de la información

Utilidad de la información

Duración de las cápsulas

En general, ¿cómo calificarías el ritmo y duración de las capsulas? *

Moderadamente rápido

regular y adecuado

Moderadamente lento

¿Considera usted que los subtemas de cada cápsula son expuestos de manera óptima y sintetizada? *

Sí

No

Figura 3.1. Formato de encuesta realizada en línea

La encuesta consta de un formato simple de 6 preguntas de opción múltiple, que buscan comprender el punto de vista de la audiencia frente a este tipo de campaña, y de esa manera medir el interés y potencial de la misma de manera estimada. Dicho cuestionario fue contestado por un grupo conformado de 154 personas, todas ellas dentro del rango de edad del público objetivo del proyecto (18-50 años).

3.3.1 desglose y resultados de la encuesta

Luego de otorgar un periodo de 5 días, se procedió a recopilar los datos obtenidos de la encuesta, en particular desglosar cada una de las preguntas y el respectivo porcentaje de las mismas, para de esa manera tener un referente cuantitativo y a la vez cualitativo de los gustos, preferencias y necesidades del espectador.

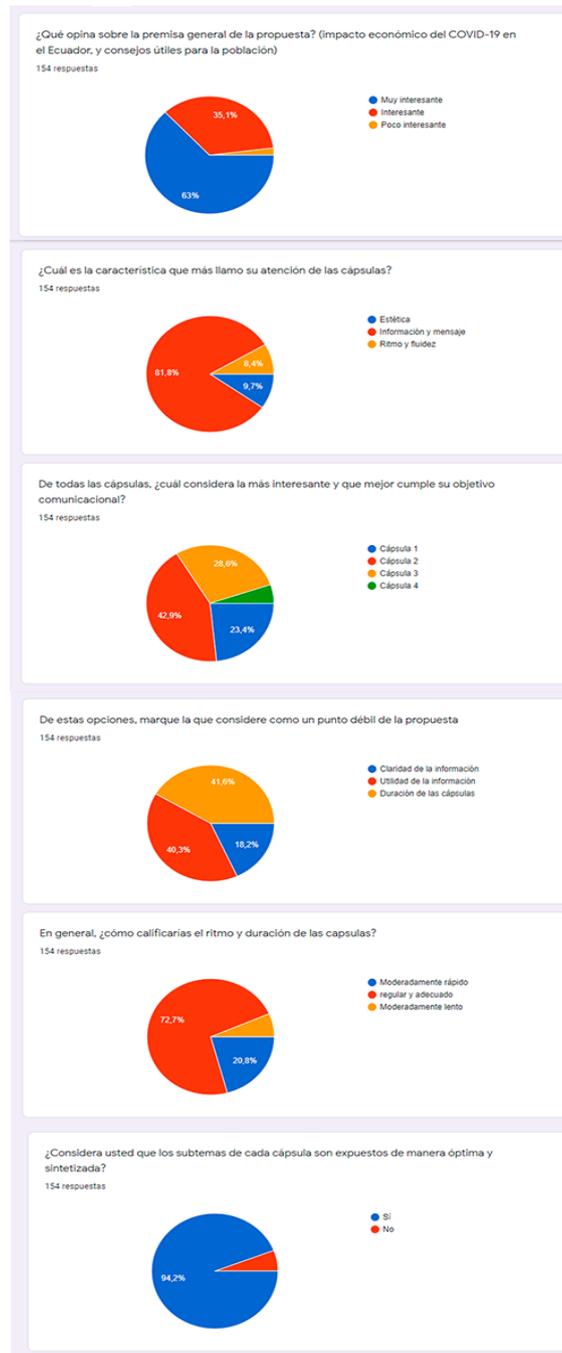


Figura 3.2. Resultados generales de la encuesta en línea

Los resultados de la encuesta arrojaron datos muy útiles a considerar. Entre todos los tópicos tratados en las preguntas, el mensaje de la campaña fue lo más relevante para el espectador, a su vez consideraron que la premisa es muy interesante, por lo que revelaron un interés genuino por la misma, en particular la cápsula 2 (economía doméstica), debido en parte a que se relaciona con un tema cotidiano y fácilmente identificable. En cuanto a puntos débiles se estableció que la duración de las capsulas en un punto desfavorable de las mismas, no obstante, su ritmo y fluidez sigue resultando adecuado pese a esa falencia de tiempo. Por último, en cuanto a los subtemas, se concluyó que su segmentación y presencia son muy acertadas para darle un sentido más específico a cada una de las animaciones y generar una narrativa dinámica entre todas ellas.

Basado en 154 respuestas		
Pregunta	Respuesta mayoritaria	Porcentaje del 100%
¿Qué opina sobre la premisa general de la propuesta?	Muy interesante	63%
¿Cuál es la característica que más llamó su atención de las cápsulas?	Información y mensaje	81,8%
De todas las cápsulas, ¿cuál considera la más interesante y que mejor cumple su objetivo comunicacional?	Cápsula 2	42,9%
De estas opciones, marque la que considere como un punto débil de la propuesta	Duración de las cápsulas	41,6%

En general, ¿cómo calificarías el ritmo y duración de las capsulas?	Regular y adecuado	72,7%
¿Considera usted que los subtemas de cada cápsula son expuestos de manera óptima y sintetizada?	si	94,2%

Tabla1.2. desglose de las respuestas más relevantes de la encuesta en línea

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Los antecedentes cronológicos dentro de un tema tan vasto como la economía son muy importantes, puesto que delimitan un referente con el cual comprender a detalle el contexto de la situación en todo su margen temporal, desde el pasado, presente y futuro.
- La segmentación del impacto económico del COVID-19 a nivel nacional en diversos subtemas, permite asimilar mejor la información, ya que se abarca de manera puntual todos los aspectos importantes de la problemática sin sobresaturar de datos innecesarios.
- Analizar la información cuantitativa del impacto de la Pandemia permite obtener datos fidedignos y numéricos, que pueden ser sintetizados en un producto audiovisual de manera óptima, sin embargo, también es necesario darle importancia a la parte cualitativa, ya que permite empatizar con el espectador y sus necesidades más intrínsecas.
- Darle su espacio y visibilidad a cada uno de los contextos poblacionales del país, permite entender mejor la situación del mismo en la pandemia del COVID-19, no solo en lo económico, sino también en lo social y familiar.
- Gracias a los datos obtenidos de la encuesta sobre la propuesta audiovisual, se llegó a la conclusión de que la población está abierta a premisas poco exploradas, siempre que predomine la síntesis de ideas y mensajes.
- Debido a la necesidad de prevenir y mejorar la calidad de vida en la población en medio de la situación del país, una propuesta audiovisual basada en capsulas con estructura infográfica, permite despejar interrogantes y a la vez aportar consejos útiles que pueden generar paulatinamente un impacto positivo en la sociedad.

Recomendaciones

- Es necesario Crear contenido trans media, es decir que sea capaz de adaptarse a diferentes plataformas, ya sean digitales o analógicas, para así poder darle versatilidad a la propuesta.
- Al realizar un producto audiovisual con una temática tan definida, es necesario verificar cada tipo de información obtenida para evitar caer en la especulación sin sustento.
- Utilizar herramientas de difusión por medio de redes, como YouTube e Instagram, permitirán llegar a más público y de manera más rápida y económica.
- Incorporar una estética demasiado sencilla puede llegar a subestimar ciertos aspectos de la problemática, por lo que es necesario mantener un umbral de detalle en las formas y colores, pero sin llevarlo a un extremo.
- Es prudente ordenar los acontecimientos dentro de la narrativa de la propuesta de manera cronológica, para así evitar confundir al espectador.
- Para poder generar interés en el espectador, es importante asegurarse de que las recomendaciones sean coherentes y útiles con la premisa, de esa forma se puede marcar un precedente y no caer en lo predecible.
- Gracias a la información obtenida mediante la encuesta en línea, se estableció que el principal inconveniente de la propuesta es la duración de las cápsulas, por lo que para futuros proyectos es necesario reestructuras en la narrativa para acortarla lo máximo posible, y así obtener un producto más práctico y asimilable.

BIBLIOGRAFÍA

Arévalo Luna, G. (2014). Ecuador: economía y política de la revolución ciudadana, evaluación preliminar. *Apuntes Del Cenes*, 33(58), 109-134. <https://doi.org/10.19053/22565779.3104>

ORTÍZ, Esteban; NOBOA, Paúl, (2020). *Propuestas societarias y concursales para mitigar el impacto económico del covid-19 en Ecuador*. Disponible en: http://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/110. (Consultado 20.07. 2020)

José Boscá; Rafael Domenech and Javier Ferri, (2020), *El Impacto Macroeconómico del Coronavirus*, No 2020-02, Fedea Economy Notes, FEDEA

Acosta, A. (2020). *El coronavirus en los tiempos del Ecuador. Análisis Carolina*. Publicación en línea avanzada. https://doi.org/10.33960/AC_23.2020 (Consultado 10.06.2020).

Gómez, M. (2016). *Sectores de la economía ecuatoriana desde una perspectiva empresarial: aplicación de la Matriz Boston Consulting Group (BCG)*. *Revista Publicando*, 3(8), 266 – 294

ROJO-GUTIÉRREZ, Marco Antonio; BONILLA, Diego Mauricio, (2020). *COVID-19: La necesidad de un cambio de paradigma económico y social*. Disponible en: <http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/288>. (Consultado 25.05. 2020).

Checa, Fernando. (1994). *¡Hola! Yo soy MAXIMO (UNICEF)*. *Chasqui* 49: 92-95.

APÉNDICES

APÉNDICE A: GUIONES DE LAS CÁPSULAS INFORMATIVAS

1.1 Guion Cápsula 1

CÁPSULA INFORMATIVA No 1 sobre el impacto económico en el Ecuador, cápsula introductoria sobre problemática económica a nivel nacional.

GUION

FADE IN:

Se muestra dinero representando la economía visualmente hablando.

V.O.

el coronavirus. Impacto en la economía nacional y consejos primordiales para la población.

Aparece un mapa del mundo, en donde se muestra de manera visual todo el dinero potencialmente perdido a causa de la pandemia.

V.O.

El COVID-19 Desde su aparición, ha causado un gran impacto a la economía, de tal manera que la Organización de Naciones Unidas predijo una pérdida de 2 billones de dólares a nivel global.

(0:12) (fuente: ONU)

Se hace un "zoom" hacia el Ecuador, y luego se muestra a detalle el mapa nacional y el PIB.

V.O.

En el caso de Ecuador, se prevé que el producto interno del país descenderá en 65.000 millones, debido a la suspensión del 60% por ciento de la actividad laboral del país en los primeros dos meses. (fuente: Banco Central del Ecuador).

Se hace un "zoom" hacia zonas puntuales del país, y luego se muestra a detalle las repercusiones en la nación.

V.O.

Y en el ámbito externo, el país se encuentra afectado debido al descenso del petróleo, su principal producto de exportación, y

**también por el menor movimiento en la demanda de sus demás
productos ofrecidos.**

Se representa visualmente al sector/es afectados.

V.O.

**Esto ha ocasionado que algunos sectores, como el sanitario, se
encuentren en una situación crítica, debido a la reducción de
salarios y falta de insumos para laborar con seguridad.**

Se representa el soporte económico de manera animada.

V.O.

**Dicha falta de liquidez no solo afecta a estos sectores, sino a
toda la matriz económica y productiva del país de manera
exponencial.**

Se muestra como dichos sectores, han sido ayudados de manera
externa.

V.O.

**Es por eso que el fondo monetario internacional aprobó la
solicitud de ayuda financiera al país, con un monto de 643
millones de dólares, para apoyar a dichos sectores vulnerables,
y por extensión, a la ciudadanía en general. (fuente: FMI)**

Se hace una pregunta a modo de comentario.

V.O.

**Sin embargo, la disyuntiva a escala nacional genera la siguiente
duda: ¿cómo afrontar la situación de manera óptima tanto
poblacional como individualmente?**

Se ilustra a la población y las medidas de bioseguridad.

V.O.

**En primer lugar, es prudente decir, que pese a los esfuerzos
tanto externos como internos para mejorar la situación, se debe
priorizar la sanidad, tanto propia como colectiva.**

Se ilustran dichas medidas (mascarillas, distancia recomendada,
etc.)

V.O.

Por eso es indispensable que la población tome conciencia respecto a las medidas básicas de bioseguridad, como el distanciamiento social y el uso de mascarillas.

Se muestran los demás sectores microeconómicos fuertemente ligados y afectados.

V.O

Esto con el fin de minimizar el riesgo de contagios, evitando de esa forma sobrecargar el sector sanitario, y por ende reduciendo el gasto al país.

Se da la segunda recomendación económica-social.

V.O.

Por otro lado, se recomienda a toda costa evitar las compras de pánico, es decir no adquirir productos prescindibles en el momento, con el objetivo de prevenir posibles desabastecimientos, tanto de víveres como de medicamentos, y así reservarlos para quien más los necesite.

Se da la conclusión final de la capsula, y una pequeña metáfora visual sobre la problemática.

V.O.

En conclusión, la influencia del coronavirus en el mundo ya es un hecho, y en el ecuador la mejor manera de combatirlo y reducir su impacto no es sucumbir a las limitaciones, sino más bien encontrar nuevas competencias y oportunidades, tomando siempre las precauciones necesarias, y de esa forma preservar la productividad del país en medio de esta pandemia.

FADE OUT:

1.2 Guion Cápsula 2

CÁPSULA INFORMATIVA No 2 sobre el impacto económico del coronavirus en el Ecuador, cápsula sobre el impacto en la economía familiar
GUIÓN

FADE IN:

Se muestra una casa con su respectiva "familia".

V.O.

El Coronavirus en la economía del hogar. (0:05)

Se muestra una representación del porcentaje de personas en sus hogares, y el mapeo.

V.O.

Desde el inicio de la pandemia, aproximadamente el 70% de los ecuatorianos ha permanecido en casa, cifra estimada mediante un mapeo de movimiento celular. (0:11) (fuente: ministerio de telecomunicaciones)

Se representa el aumento en el gasto promedio debido a nuevas necesidades.

V.O.

Esto ha provocado que el gasto promedio del hogar crezca exponencialmente, debido al aumento en la compra de medicamentos y productos de aseo. (0:08)

Se representa el aumento de "peso" en la canasta básica.

V.O.

Y en cuanto a otros desembolsos, como los víveres, estos aumentaron en un 58%, ocasionando que la canasta básica se haga mucho más densa de costear. (fuente Ipsos) (0:10)

Se muestra una silueta cuestionándose eso, es decir, con un signo de pregunta.

V.O.

Por todo esto, la pregunta es ¿Qué medidas tomar para mantener la estabilidad en casa? (0:06)

se muestran muchas siluetas representando los diversos tipos de familias.

V.O.

En primer lugar, es importante determinar la cantidad de personas conviviendo juntas, y el rol de cada uno dentro del hogar. (0:07)

Se representa a los miembros económicamente activos de la familia

V.O.

Esto permitirá conocer el grado de aportación económica dentro de la misma y así poder establecer Un plan de consumo adecuado.

(0:08)

Se grafica el método mencionado.

V.O

Uno de los mejores métodos para conseguirlo es aplicando la regla 50-20-30 en el presupuesto, la cual es muy fácil de comprender. (0:08)

Se ilustra el destino de cada gasto en el método.

V.O

Consiste en destinar el 50% del dinero a gastos básicos, un 20% al ahorro, y el 30% restante dejarlo para gastos de ocio. (0:08)

Se representa el impacto del coronavirus en el exterior.

V.O.

No obstante, en la actualidad, debido a la presencia del coronavirus, la gran mayoría de establecimientos recreativos, se encuentran cerrados. (0:10)

Se representa el nuevo resultado del plan de ahorro.

V.O.

Esto permite modificar la regla mencionada, y sumar la parte de recreación al ahorro, dejando como resultado un muy seguro margen de 50/50, teniendo un mejor respaldo económico ante cualquier emergencia. (0:12)

Se ilustra el consejo pertinente para optimizar las compras de víveres.

V.O.

Por último, al realizar las compras para la despensa, lo ideal es evitar hacerlo de manera recurrente, con el fin de minimizar el riesgo de contagio en el exterior. Una forma de solucionarlo es tratar de comprar al mayoreo, en particular productos secos como granos y leguminosas, ya que permiten ser almacenados por varios meses, lo que ayudará a reducir las visitas al supermercado y permitirá generar un ahorro a mediano y largo plazo.

Se da la conclusión final, y se la ilustra de manera pertinente.

V.O.

En conclusión, las necesidades en el hogar han sufrido cambios notables a causa de la pandemia, pero con el conocimiento y organización adecuadas se puede lograr adaptar un sistema eficiente que permita la estabilidad y recursos dentro de casa, para todos y cada uno de sus miembros.

FADE OUT:

1.3 Guion Cápsula 3

CAPSULA INFORMATIVA No 3 sobre el impacto económico del coronavirus en el Ecuador, capsula sobre el impacto en el sector productivo.

GUION

FADE IN:

Se muestra una representación de una empresa, fábrica y negocio personal.

V.O.

el coronavirus en emprendimientos y negocios. (0:05)

Se muestra una representación de la cantidad de empresas afectadas, y el daño en la economía.

V.O.

En el Ecuador, aproximadamente 69,000 empresas se han visto afectadas desde la aparición del coronavirus, y se estima que la economía decrecerá en un 4% en estos meses, haciendo flaquear los negocios a corto y mediano plazo. (0:14) (fuente: cámara de industrias y producción.)

Se representa mediante ilustraciones, el sector productivo más afectado, y la razón por la cual no pueden ofrecer sus productos o servicios de manera convencional.

V.O.

El sector más agravado es el comercio directo, que abarcan los negocios de venta de productos o servicios, como cafeterías, restaurantes o gimnasios, los cuales están paralizados en un 70% de los casos. (fuente: cámara de industrias)

Se representan de manera ilustrada los otros sectores más afectados. Y una pequeña representación gráfica.

V.O

lo que produce incertidumbre a sus dueños, debido a las obligaciones que deben cumplir, como pagos a empleados y alquiler. (0:08)

Se ilustran los otros empleos afectados.

V.O.

Entonces la pregunta es: ¿cómo mantener a flote los negocios en esta situación? (0:05)

Se ilustra los métodos de emprendimiento para poder mantener la económica personal.

V.O.

Para empezar, lo esencial es ser creativo, por eso es viable empezar con pequeños emprendimientos. Por ejemplo, aprovechando la tecnología, se puede ganar dinero vendiendo mercadería en línea, y poco a poco generar un nicho de clientes, lo que permitirá tener un ingreso recurrente por esta vía. (0:20)

Se grafican los métodos para obtener capital y hacer crecer el negocio/emprendimiento

V.O.

Después, si el emprendimiento resulta rentable, está la opción de expandirse. Para hacerlo, se puede optar por adquirir el registro único artesanal (RUA) con el cual se obtienen beneficios, como préstamos bancarios de amplio margen, los cuales permitirán tener un buen capital inicial. (0:20)

Se muestra un negocio de comida.

V.O.

Por otro lado, otros negocios, como los establecimientos de comida, deberán adaptarse a nuevas dinámicas para existir.

(0:08)

Se ilustra el servicio a domicilio, y su utilidad.

V.O.

de todas ellas la más destacada es el servicio de entregas a domicilio, cuya urgencia y necesidad ha permitido un estimado de 28.000 nuevos puestos de trabajo. (0:12) (fuente: ministerio del trabajo)

Se representa a manera animada la nueva modalidad de teletrabajo, y como esta es la mejor opción en la mayoría de los casos.

V.O.

Otra modalidad en crecimiento es el teletrabajo. Desde finales de abril, existen más de 100,000 plazas de este tipo en el sector privado, y más de 260,000 en el sector público, lo que demuestra el grado de adaptación de las empresas. Es recomendable adaptar un área en tu vivienda para las conferencias y la labor en general. (fuente: ministerio del trabajo) (0:25)

Se da la conclusión final y una metáfora visual de la misma de manera animada.

V.O.

En conclusión, es importante recordar que, si bien gran parte de estos cambios son temporales, son una buena forma de poner a prueba la versatilidad como individuos y de esa manera, mantener la economía activa, tanto dentro como fuera de casa. (0:17)

FADE OUT:

1.4 Guion Cápsula 4

CAPSULA INFORMATIVA No 4 sobre el impacto económico del coronavirus en el Ecuador, capsula sobre el impacto en el sector rural, comunidades.

GUION

FADE IN:

Se representa al sector rural y alejado de las ciudades.

V.O.

Impacto del coronavirus en la economía rural. (0:04)

Se ilustra a los sectores rurales, y su distancia geográfica.

V.O.

En el Ecuador, una de las áreas menos visibles, pero igual de importantes es el sector productivo primario, el cual en su mayoría se localiza en la zona rural del país.

Se pone en contexto el impacto de la pandemia en las mismas.

V.O.

Y debido a las condiciones de exposición y contacto constante propias de esta labor, el riesgo de un posible brote de contagios es una amenaza constante y latente.

Se muestra las consecuencias del impacto en dicha zona y su extensión en las demás.

V.O.

Y en caso de suceder, podría desencadenar una ola de infección en las zonas intermedias, y por consiguiente, llegar a las zonas urbanas donde los productos son comercializados, ocasionando un posible pico epidemiológico.

Se ilustran algunas comunidades, y su problemática respecto a la comunicación entre las mismas respecto al tema.

V.O.

Por otro lado, en algunas comunidades, sobre todo en la sierra y la amazonia, aun suele haber cierto grado de desconocimiento respecto a la pandemia mundial, debido a la falta de comunicación y al porcentaje mínimo de contagios.

Se representa el grado de desconocimiento, y el potencial peligro que eso representa.

V.O.

a simple vista parece una buena noticia, sin embargo, si la ignorancia y desinformación se sigue incrementado, la falta de preparación puede pasarles factura antes de lo previsto

Se hace una pregunta

V.O.

¿Entonces, de qué manera se puede ayudar a estos sectores y así evitar ese riesgo?

Se ilustra los métodos para evitar complicaciones.

V.O.

lo primordial es establecer una línea de contacto constante y directa con estos asentamientos, con la finalidad de mantenerlos informados y prevenidos de la situación, de manera actualizada.

Se ilustra al personal médico, y su importancia en dichos lugares.

V.O.

Además, pese a la poca propagación del virus en estas zonas, se debe evitar desaparecer el talento medico en las mismas, esto con el fin de poder atenderlos en caso de que surja la necesidad, y mantener el servicio de salud a su alcance.

Se representan las alternativas y herramientas para aquellas zonas, dadas por el gobierno.

V.O

Por otro lado, el gobierno ha implementado herramientas para ayudar al sector agropecuario, como el no pago del anticipo al impuesto a la renta, y en su lugar cancelaran un pago único, con

el objetivo de formalizar y beneficiar a las personas de aquellas localidades, y de esa forma poco a poco reactivar sus economías. (fuente: Ministerio de agricultura y ganadería, MAG)

Se da la conclusión final.

V.O.

En resumen, es importante visibilizar a la población, independientemente de su lejanía con las demás, para así evitar una desinformación que puede llegar a costar vidas.

FADE OUT: