

Galileo
UNIVERSIDAD

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Cesia Gabriela Alfaro Flores

Carné: 21003607

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de Graduación

Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A.

Cesia Gabriela Alfaro Flores

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

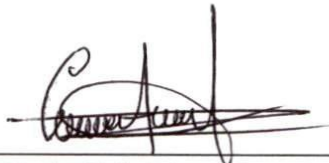
Guatemala, 12 de abril de 2024

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE CONTROL DE PLAGAS DIRIGIDO A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, PARA AF FUMIGACIÓN GUATEMALA S.A.** Así mismo solicito que la Licda. Miriam Ortíz quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Cesia Gabriela Alfaro Flores
21003607



Lcda. Miriam Ortíz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de mayo de 2024

Señorita:
Cesia Gabriela Alfaro Flores
Presente

Estimada Señorita Alfaro:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE CONTROL DE PLAGAS DIRIGIDO A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, PARA AF FUMIGACIÓN GUATEMALA S.A.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Miriam Ortiz, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de diciembre de 2024

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE CONTROL DE PLAGAS DIRIGIDO A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, PARA AF FUMIGACIÓN GUATEMALA S.A.** Presentado por la estudiante: *Cesia Gabriela Alfaro Flores*, con número de carné: 21003607, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Miriam Ortiz
Asesora

Ciudad de Guatemala, 20 de marzo de 2026

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE CONTROL DE PLAGAS DIRIGIDO A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, PARA AFUMIGACIÓN GUATEMALA S.A.** De la estudiante Cesia Gabriela Alfaro Flores, carné: 21003607, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,


Licda. Gladys Patricia Sánchez de Palacios
Asesora Lingüística
Universidad Galileo

Gladys Patricia Sánchez de Palacios
Licenciada en Periodismo
Colegiada No. 23996



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de marzo de 2026

Señorita:
Cesia Gabriela Alfaro Flores
Presente

Estimada Señorita Alfaro:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE CONTROL DE PLAGAS DIRIGIDO A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, PARA AF FUMIGACIÓN GUATEMALA S.A.** Presentado por la estudiante Cesia Gabriela Alfaro Flores, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, por darme sabiduría, inteligencia y fortaleza en mis días difíciles. Cada día me muestra su amor infinito y sus bendiciones.

A mis padres por guiarme en el camino correcto, por su amor, por ser mi almohada donde depositar mis lágrimas cuando el camino se hacía más difícil. Los amo infinitamente.

A mis abuelos maternos, que son como mis papás por motivarme a llegar al éxito.

A mis catedráticos, que con mucho amor impartieron cada clase.

Con mucho amor, les dedicó este logro.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa AF Fumigación Guatemala, S.A., se identificó que no cuenta con un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas **dirigidos** a clientes actuales y potenciales. Por lo que se planteó el siguiente **objetivo**: producir un video corporativo para dar a conocer a clientes actuales y potenciales los servicios de control de plagas que ofrece AF Fumigación Guatemala, S.A.

El enfoque de la investigación es mixto, por lo que se **utilizaron métodos** cuantitativo y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo **para evaluar** el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 50 personas, **distribuidas entre** grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que fue necesario producir un video corporativo para dar a conocer a clientes actuales y potenciales los servicios de control de plagas que ofrece AF Fumigación Guatemala, S.A. **Y** se recomendó que como mínimo se publiquen **dos** videos informativos de diferentes plagas a la semana en las redes sociales, así **como** incluir post dinámicos para que las personas puedan interactuar.

Para efectos legales únicamente la autora CESIA GABRIELA ALFARO FLORES es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales

El autor también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I Introducción

Introducción	1
--------------------	---

Capítulo II Problemática

Contexto.....	2
---------------	---

Requerimiento de Comunicación y Diseño	2
--	---

Justificación	2
---------------------	---

<i>Magnitud</i>	3
-----------------------	---

Vulnerabilidad.....	3
---------------------	---

Trascendencia.....	3
--------------------	---

Factibilidad	3
--------------------	---

Capítulo III Objetivos de diseño

Objetivo General	5
------------------------	---

Objetivos Específicos	5
-----------------------------	---

Capítulo IV Marco de Referencia

Información general del cliente y datos complementarios	19
---	----

Capítulo V Definición del Grupo Objetivo

Perfil Geográfico	24
-------------------------	----

Perfil Demográfico	25
--------------------------	----

Perfil Psicográfico	26
---------------------------	----

Perfil Conductual.....	28
Capítulo VI Marco Teórico	
Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio	31
Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño	33
Conceptos Fundamentales Relacionados Con la Comunicación	33
Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño	35
Capítulo VII Proceso de diseño y propuesta preliminar	
Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	43
Conceptualización	46
Método	46
Técnica MY	46
Bocetaje	51
Propuesta Preliminar.....	55
Capítulo VIII Validación Técnica	
Población y Muestreo	59
Método e Instrumentos.....	60
Resultados e Interpretación de resultados	64
Cambios en base a los resultados.....	76
Capítulo IX Propuesta Gráfica Final	
Enlace de la Propuesta.....	80
Capítulo X Producción, reproducción y distribución	
Plan de Costos de Elaboración.....	84

Plan de Costos de Producción.....	85
Plan de Costos de Reproducción	85
Plan de Costos de Distribución.....	86
Margen de Utilidad.....	86
IVA	87
Cuadro resumen.....	88
Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones	
Conclusiones	90
Recomendaciones.....	91
Capítulo XII Conocimiento General	
Esquema de conocimiento general.....	93
Capítulo XIII Referencias	
Referencias.....	95
Capítulo XIV Anexos	
Anexos	103

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

La empresa AF Fumigación Guatemala, S.A. Fue fundada en enero **de** 2003, cuenta con 21 años de experiencia en fumigación residencial, corporativa e industrial. **Es** una empresa que **opera** las 24 horas los 365 días del año.

Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas **dirigidos** a clientes actuales y potenciales.

Para crear el concepto creativo se usará el método de flor de loto, que consiste en ir deduciendo ideas o temas de uno inicial situado en el centro.

Mediante de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación. Se utilizarán herramientas de investigación de comunicación, diseño y validación que desarrollará el proceso de este proyecto.

Los métodos de validación serán encuestas del grupo objetivo, clientes y grupo de expertos. De esta última herramienta, se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Se espera que, a través del material audiovisual, se logre publicar videos interactivos en Instagram ya que la página se encuentra sin movimiento y esto genera poco conocimiento de la marca de parte de los clientes.

CAPÍTULO II

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

A través del acercamiento con AF Fumigación Guatemala, S.A., se identificó que no cuenta con un video corporativo para dar a conocer los servicios que prestan como empresa, por esta razón se producirá un video corporativo que presente los diferentes servicios de fumigación que realizan. Esto, con el fin de obtener más clientes que contraten el servicio.

Contexto

AF **Fumigación** fue fundada por el señor Carlos Flores. Inició en enero **de** 2003 cuenta con 21 años de experiencia en fumigación residencial, corporativa e industrial. Dispone de una cobertura a nivel nacional, es una empresa que **opera** las 24 horas los 365 días del año. La empresa es especialista en control de plagas, sin **embargo**; no cuenta con un material audiovisual que muestre a los clientes reales y potenciales dichos servicios, reduciendo así la oportunidad de generar nuevos ingresos.

Requerimiento de Comunicación y Diseño.

AF Fumigación no cuenta con un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas **dirigidos** a clientes actuales y potenciales.

Justificación.

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del **diseñador**-comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

Magnitud

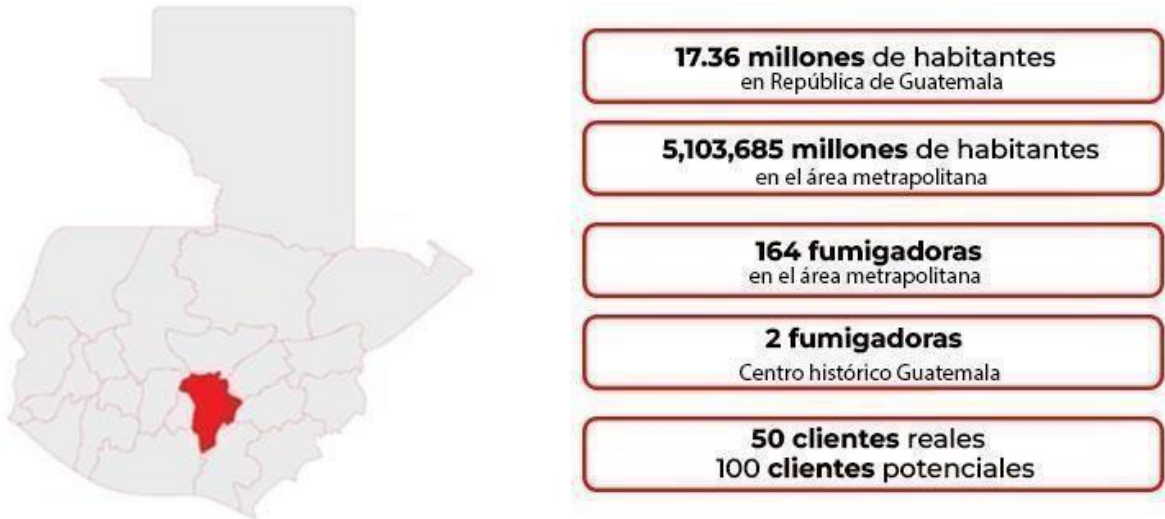


Figura 1. Realizada por Cesia Gabriela Alfaro Flores, **gráfica** de magnitud.

Vulnerabilidad

AF Fumigación carece de un video **corporativo**, por lo cual se dificulta que los clientes reales y potenciales puedan conocer los servicios de fumigación que prestan.

Trascendencia

Se espera obtener más llamadas de clientes a través del video corporativo y **confíen en** que se realizará un buen servicio de fumigación.

Factibilidad

El presente proyecto desarrollado para AF Fumigación Guatemala, S.A. **Sí** es factible porque se cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo dicho proyecto de graduación.

Recursos Humanos. La organización cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la organización autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos Económicos. La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que **posibilitan la** realización de este proyecto, el mismo tiene un costo de **Q5,140.80**

Recursos Tecnológicos. El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos de diseño.

Objetivo General

Producir un video corporativo para dar a conocer a clientes actuales y potenciales los servicios de control de plagas que ofrece AF Fumigación Guatemala, **S.A.**

Objetivos Específicos

Recopilar información **sobre** de servicios de fumigación, mediante el brief que proporcione el cliente, que contenga datos sobre los diferentes tipos de servicios de fumigación que presta la **empresa**. Que sirva de fundamento para la realización de este material, para lograr el objetivo de **dar a conocer los servicios de Fumigación**.

Investigar términos y conceptos fundamentales de comunicación, diseño y tendencias de producción audiovisual, a través de fuentes bibliográficas **relacionada** con el tema, lo **cual** permitirá brindar un video profesional donde se muestren los servicios de fumigación que la empresa presta.

Filmar a través de planos cinematográficos los diferentes tipos de servicios de fumigación que presta la **empresa**. **Por ello, es** importante grabar un contenido **moderno**, que cuente con una locución perfecta, dinámica, no lineal ni monótona.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

Información General del Cliente

Cliente:

AF Fumigación Guatemala, S.A.

Dirección:

11 calle 9-62, zona 1

Teléfono:

2200-3636

Contacto:

Mardoqueo Guzmán, (**Gerente Administrativo**)

Celular:

5626-7699

Misión:

Ser una empresa especializada en el control de plagas, **fundamentada en** los valores de la institución, para brindar satisfacción y tranquilidad a las partes interesadas.

Visión:

Convertirnos en el mejor servicio de control de plagas a nivel nacional; **está conformado por** capital humano calificado, **mediante** estrategias y planes de acción para satisfacer las necesidades de los clientes y colaboradores.

Valores:

Profesionalismo, responsabilidad, compromiso y calidad.

Logotipo.

AFSA

Fumigación

Figura 3. Logotipo de AF Fumigación Guatemala

Tipografía. El logotipo de la empresa está conformado por la tipografía Barlow Semi Condensed.

Color.

Hex: #ea0101

R: 234 G:1 B:1

C:0 M:98 Y:100 K:0

Forma. El logotipo comprende de forma circular

Imagotipo

Figura 4. Logotipo proporcionado por AF Fumigación Guatemala

Tipografía. El imago tipo de la empresa está conformado por la tipografía Barlow Semi Condensed.

Color.



Hex: #ea0101

R: 234 G:1 B:1

C:0 M:98 Y:100 K:0

Forma. El imago tipo comprende de forma circular.

Organigrama.



Figura 4. Realizada por AF Fumigación Guatemala.

FODA

Figura 5. Realizada por la alumna Cesia Alfaro

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El siguiente material audiovisual está dirigido a los clientes reales y potenciales conformados por hombres y mujeres de 25 a 65 **años**, con necesidad de adquirir un servicio de fumigación en su residencia o empresa.

El grupo objetivo hacia el cual va dirigido este proyecto cuenta con un nivel socioeconómico que se ubica desde el nivel B hasta el nivel C1, tomando en cuenta los ingresos promedios de cada trabajador **que requiera** contratar un servicio de fumigación.

Perfil geográfico

País: República de Guatemala

Región: Metropolitana

Departamento: Guatemala

Municipio: Guatemala

Área: Metropolitana

Población: Tiene una extensión territorial de **108.888.9 km. Cuadrados**. Dividido en 8 regiones, 22 departamentos y 331 territorios. Su población es de 17,36 millones (2022).

Clima: **entre 16° a 27°**, dependiendo el mes y temporada.

Perfil demográfico

Género: masculino y femenino.

Nacionalidad: Residentes en el departamento de Guatemala, municipio de Guatemala, en un rango de 25 a 65 años.

Estado civil: Solteros, casados.

Profesión: Personas con trabajos operativos en plantas de producción, labores **administrativas**, ejecutivos y gerenciales.

Nivel educativo: Básico, Primaria y **Diversificado**.

Estudios Superiores: Licenciatura

Religión: **cristiana católica, cristiana evangélica**, mormones, testigos de Jehová, judíos, entre otros.

Grupo étnico: **mayas**, garífuna y xincas.

Nivel socioeconómico: B y C1 según la tabla de niveles socioeconómicos -NSE-Multivex 2018.

Ver tabla completa de NSE en anexos

Perfil psicográfico

Actividades que realiza

Viajar a departamentos

Visitas de supervisión

Contactar clientes

Intereses que posee

Tener la satisfacción de todos los clientes

Crecer

Obtener clientes nuevos

Opiniones que expresa

Confianza

Dedicación

Responsabilidad

Cuidado con el medio ambiente

Valores que comparte

Profesionalismo

Responsabilidad

Compromiso

Calidad

Tipos de personalidad

Emprendedores

Líderes

Estratégicos

Independientes

Inteligentes

Perfil Conductual.

Experiencia de beneficio: Personas interesadas en mantener la limpieza en las empresas para las que labora **de esta manera se busca dar** una imagen limpia hacia sus clientes.

Nivel de lealtad: Es un nivel alto **para** atraer más clientes reales y potenciales que **deseen** adquirir un servicio de fumigación.

Forma de pago: Transferencia bancaria y efectivo.

Tabla de niveles socioeconómicos Multivex 2018.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL B	NIVEL C1
Ingresos	Q61,200.00	Q25,600.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca
Desempeño	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio separada, garaje para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garaje para 2 vehículos
Otras propiedades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interiores por herencias
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día
Servicios financieros	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud
Posesiones	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera
Bienes de comodidad	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, máquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet portón eléctrico y todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/miembros electrodomésticos básicos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,

Figura5.Elaborada por tabla de niveles socioeconómicos Multivex

CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco Teórico

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.

Producción

Es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer las necesidades de las personas. En otras palabras, incluye todo lo que se hace para convertir las materias primas en cosas que podemos usar o disfrutar, o que serán intercambiadas dentro del mercado.

(Economipedia.com, 2020).

Video

Es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética (Definición.de,2021).

Video Corporativo

Los videos corporativos están destinados a vender o describir una empresa, sin describir un producto en particular. Es decir, describen la historia de la empresa, además de la misión de una empresa a sus accionistas o su comunidad. A menudo, también se describe la visión de la empresa y sus aspiraciones futuras. Cuando una empresa hace un video corporativo, es porque quiere que sus espectadores comprendan los valores de la empresa y la cultura general de la empresa (Salago.desing, 2020).

Servicio

En el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades que satisfacen una determinada necesidad. Los clientes lo compran recibiendo un producto inmaterial y personalizado (Economipedia.com, 2016).

Control

Es el acto de supervisar y regular diversas actividades para que se ajusten a estándares o criterios preestablecidos. Implica la evaluación constante de procesos, resultados y desviaciones con el propósito de garantizar la consecución de metas y objetivos (Significados, 2023).

Plagas

Son plantas, animales, insectos, microbios u otros organismos no deseados que interfieren con la actividad humana. Estos pueden morder, destruir cultivos de alimentos, dañar propiedad, o hacer nuestras vidas más difíciles (Npic, 2021).

Clientes

Es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa (Economipedia.com, 2019).

Clientes Actuales. Son aquellos que te compran periódicamente, bien sean empresas o particulares. En definitiva, son aquellos que sostienen tu negocio (Lastra,2017).

Clientes Potenciales. Son aquellos que no han realizado compras a la empresa, pero que han mostrado interés a través de la solicitud de información, petición de presupuesto, y que cuentan con capacidad de compra pudiendo convertirse en cualquier momento en generadores de ingresos para la empresa (Lastra,2017).

Fumigación. Es un término que se aplica cuando **utilizamos** un plaguicida, generalmente en forma de pulverización a una planta, para protegerla o curarla del ataque de algún organismo nocivo. Para ello se utiliza una fumigadora, también conocida como aspiradora (Lenz, 2014).

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.

Conceptos Fundamentales Relacionados Con la Comunicación

Comunicación. El proceso comunicativo es esencial para la vida en sociedad: permite que los seres humanos se expresen y compartan información entre sí, establezcan relaciones, lleguen a acuerdos y sean capaces de organizarse (Delgado, 2023).

La comunicación se produce cuando dos o más personas hablan, se escriben o comparten mensajes que ambas partes comprenden. Por tanto, es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor (individuo que da la información) y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto (Peiró, 2021).

Proceso de Comunicación. Es el conjunto de acciones que se ponen en práctica para transmitir, de manera eficaz y eficiente, un mensaje entre uno o más individuos. Surge de la necesidad de comunicar e intercambiar una información, opinión o sentimiento de manera exitosa (Morales, 2021).

Elementos de la Comunicación. Los elementos de la comunicación son: emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto y ruido. La comunicación puede darse de forma verbal, a través del habla y de mensajes escritos, o no verbal, a través de gestos, movimientos o sonidos (Giani,2024).

Emisor. Es aquel o aquello que emite, transmite o envía un mensaje, señal u objeto determinado. Es uno de los tres elementos básicos de cualquier comunicación, junto con el "mensaje" y el "receptor" del mismo (Martínez, 2024).

Receptor. Es quien recibe el mensaje transmitido por un emisor. Este mensaje puede ser verbal (lenguaje hablado o escrito) o no verbal (de gestos, expresiones, movimientos, sonidos, imágenes, etc.) (Martínez, 2024).

Comunicación Publicitaria. atrae a las personas a tomar ciertas acciones en particular, es decir, cambia el comportamiento comercial de los consumidores. Esta es importante porque muestra a los consumidores las diferentes ventajas, características y valores que los negocios ofrecen con sus productos o servicios (Comunicare, 2019).

Comunicación Directa. Es la que se produce “en el aquí y ahora”. Pero ¿qué quiere decir eso? Cuando hablamos de la comunicación directa, estamos hablando de un tipo de comunicación humana que se realiza a través de una lengua natural, que es oral o signada (lengua de signos) (Mitjana, 2020).

Comunicación Indirecta. Queda de manifiesto cuando el emisor no se atreve a decir las cosas con claridad. Puede acarrear confusiones en el receptor e impedirle la comprensión total del mensaje (Economipedia, 2021).

Comunicación Digital. Hace referencia al intercambio de información y conocimiento a través de cualquier medio codificado en un formato legible por un dispositivo electrónico (Universidad Europea, 2022).

Comunicación Interna. Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido (Question pro, 2011).

Comunicación Externa. Se refiere al conjunto de acciones informativas que una empresa dirige con el objetivo de reforzar las relaciones con diferentes públicos, ya sea sobre la propia compañía o sobre sus productos o servicios (Amberes, 2022).

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño

Diseño. Es un proceso de planificación creativa, en el que se persigue la solución para algún problema en concreto, especialmente en el contexto de la ingeniería, la industria, la arquitectura, la comunicación y otras disciplinas afines (Cayab, 2021).

Diseño Gráfico. Es el arte de comunicación visual a través de texto, imágenes, símbolos o ilustraciones. Sirve tanto para identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una gran oferta de valor o atraer a tu cliente ideal (López, 2023).

Diseño Editorial. Esta rama del diseño gráfico se encarga de la maquetación y composición de todo tipo de publicaciones: libros, revistas, periódicos (Mique, 2015).

Diseño Digital. Es el término que se utiliza para referirse a la disciplina que se encarga de la conceptualización de ideas para convertirlas al lenguaje visual específicamente en el ecosistema digital (Alvarado, 2022).

Diagramación. Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas (Agencia chan, 2015).

Retículas. Es un término que puede emplearse en diferentes contextos. En su sentido más amplio, puede definirse como una estructura bidimensional que permite organizar ciertos elementos o contenidos (Porto, 2024).

Animación. Es el proceso que logra dar movimiento a dibujos u objetos inanimados por lo general. Esto es posible gracias a una secuencia de dibujos o fotografías que al estar ordenadas consecutivamente logran generar un movimiento creíble ante nuestros ojos, los cuales se prestan al juego de la ilusión visual (Pixel creativo, 2014).

Stopmotion. Técnica de animación que no entra en la categoría de dibujo animado. Consiste en aparentar los movimientos de objetos estáticos, capturando fotografías cuadro por cuadro o movimiento por movimiento (Pixel creativo, 2014).

Adobe Creative Cloud. Es un gestor de aplicaciones online y de escritorio que permite acceder a un abanico de soluciones informáticas y herramientas estructurales que dan soporte y permiten generar de manera integral textos, imágenes y contenido audiovisual (Quezada, 2021).

Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias:

Ciencias auxiliares

Psicología Audiovisual: Es una disciplina que explora el impacto emocional y cognitivo que tienen las imágenes y sonidos en nuestra mente. A través de la combinación de elementos visuales y auditivos, se busca transmitir mensajes de manera más efectiva y generar una experiencia sensorial más completa (Colegio de psicólogos, 2019).

Psicología Publicitaria: Tiene como objetivo analizar el impacto que tiene la publicidad en la audiencia, es decir, en las personas, estudiando las características y difusión de esta publicidad y así, extraer conclusiones, como, por ejemplo; qué colores impactan más, qué tipografía funciona mejor, cómo calan más los mensajes (Ribas, 2014).

Tecnología Audiovisual: Es el conjunto de herramientas usadas para transmitir información. Se volvió de gran relevancia debido a que es el medio por el cual se transmite la mayor parte de la información. Sin embargo, cambió radicalmente las formas de comunicación y nuestro acceso a la información en los últimos años (Aplitec, 2022).

Artes

Informalismo: El informalismo aparece en Europa después de la Segunda Guerra y su principal característica es el uso de materiales. Lo matérico y gestual, el azar y la improvisación, y una base ideológica fuertemente vinculada a la subjetividad individual que intentara mostrar el abismo interior (Santos, 2015).

Fotografía: Es una disciplina técnica y artística que consiste en capturar y reproducir imágenes por medio de la acción de la luz proyectada y fijada sobre un medio sensible, ya sea físico o digital (Sojo, 2024).

Grabado: Es el proceso por el cual se lleva a cabo la elaboración de contenidos para medios de comunicación audiovisuales independientemente del género o del soporte que se haya o vayan utilizar (Planelles, 2022).

Teorías

Teoría del Color: Es un conjunto de reglas que combina creatividad y ciencia. La teoría del color establece las pautas fundamentales en torno a las combinaciones de colores y la armonía. Los diseñadores y artistas se basan en la teoría del color para tomar las decisiones correctas para sus proyectos, pero no son los únicos que la utilizan (Toulouselautrec,2021).

Teoría de la Gestalt: Es un modelo de psicoterapia que se centra en el desarrollo personal y en la recuperación de la capacidad de vivir el presente, la espontaneidad y la responsabilidad. Concibe al ser humano como a una entidad completa formada por cuerpo, mente y alma que puede alcanzar el bienestar trabajando por la integridad y el equilibrio de esas tres partes (Erain, 2021).

Tendencias

Tendencia de Video Corto: Los vídeos cortos son más que una simple distracción, de hecho **muchos jóvenes prefieren la red de vídeos cortos sobre Google** para investigar algo, por lo que tienes que incorporarlos a tu estrategia de marketing (Herrera, 2024).

Tendencia de Video Horizontal: El video marketing horizontal es ideal para negocios que buscan ofrecer una experiencia visual rica y detallada, aprovechar el espacio de pantalla completa en dispositivos más grandes y crear contenido que se alinee con los estándares de visualización tradicionales (Cmásd, 2024).

Tendencia de Video que Permite Búsquedas: Con cada vez más contenido de video de alta calidad y motores de búsqueda cada vez más especializados, es esencial seguirles el ritmo a las multitudes maximizando el SEO de tus videos. Detalles como el nombre de los archivos, títulos y descripciones obviamente serán muy útiles, pero también lo será agregar subtítulos o usar imágenes miniatura llamativas: Así, Google tendrá suficiente información para y querrá obtener más (Elements.envato, 2021).

Tablero de Tendencias



1 Video corto

Se han vuelto muy populares debido a la disminución de la atención de la audiencia en línea moderna.



2 Video horizontal

Es una tendencia que en páginas web se visualiza de una mejor manera, se observa con detalle cada movimiento y escena.



3 Video que permite búsquedas

Con cada vez más contenido de video de alta calidad y motores de búsqueda cada vez más especializados, es esencial seguirles el ritmo a las multitudes.

Figura 6. Tablero de tendencias realizado por la estudiante Cesia Alfaro.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: proceso de diseño y propuesta preliminar

Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

En la producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A. Guatemala, se tomarán en cuenta las ciencias, artes, teorías y tendencias recopiladas en el marco teórico, donde se pondrá en práctica la propuesta del proyecto.

Psicología Audiovisual

Esta ciencia será de utilidad para estudiar la interacción entre la percepción visual y auditiva, y así mismo verificar cómo estas afectan nuestras experiencias cognitivas, emocionales y conductuales al interactuar con medios audiovisuales como películas, videos, anuncios, y otros tipos de contenido visual.

Psicología Publicitaria

Esta ciencia nos ayudara para que el material audiovisual sea efectivo y pueda captar la atención, persuadir y motivar a los consumidores a actuar de cierta manera.

Tecnología Audiovisual

Sera de ayuda para para la captura, transmisión, reproducción y manipulación de contenido visual y auditivo.

Fotografía

Es importante realizar tomas que impacten a los clientes, y así mismo obtener **varias de** diferentes ángulos.

Grabado

Es un arte necesario para prestar atención a los **detalles a** la calidad de grabación y las técnicas de edición.

Diagramación

Es un elemento importante que nos ayudará a organizar contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales.

Retículas

Será de **ayuda**, ya que divide el espacio de diseño en columnas y filas, proporcionando una guía visual para la colocación de elementos.

Informalismo

Esto es crucial en multimedia, donde la innovación y la originalidad pueden marcar la diferencia en la manera en que se comunican ideas y se conectan con la audiencia.

Teoría de la Gestalt

Esta teoría nos ayudara a crear diseños visualmente atractivos y eficaces.

Tendencia de Video Corto

Es importante ya que es necesario captar la atención del cliente desde el inicio, los videos cortos crean un mayor impacto.

Tendencia de Video Vertical

Es una tendencia que ha ganado popularidad significativa en los últimos años, impulsada por el uso extendido de teléfonos y la forma en que las personas consumen contenido en plataformas de redes sociales.

Tendencia de Video que Permite Búsquedas

Videos que están diseñados específicamente para satisfacer necesidades de información, resolver problemas o responder a preguntas específicas que los usuarios suelen buscar en plataformas como YouTube, Google y otras redes sociales.

Conceptualización

Método

El autor de esta técnica es Yasuo Matsumura, presidente de Clover Management Research. La técnica se llama a veces MY por las iniciales en japonés.

Es una técnica de creatividad que consiste en ir deduciendo ideas o temas de uno inicial situado en el centro. Las ideas surgen a partir del centro, como los pétalos de una flor. Se escribe el tema principal en el centro y las palabras claves se van desarrollando en cada pétalo de la flor. Es una estrategia **fácil** de utilizar y **llamativa, de la** cual de una palabra sencilla puede salir una frase única y original.

Aplicación del método.

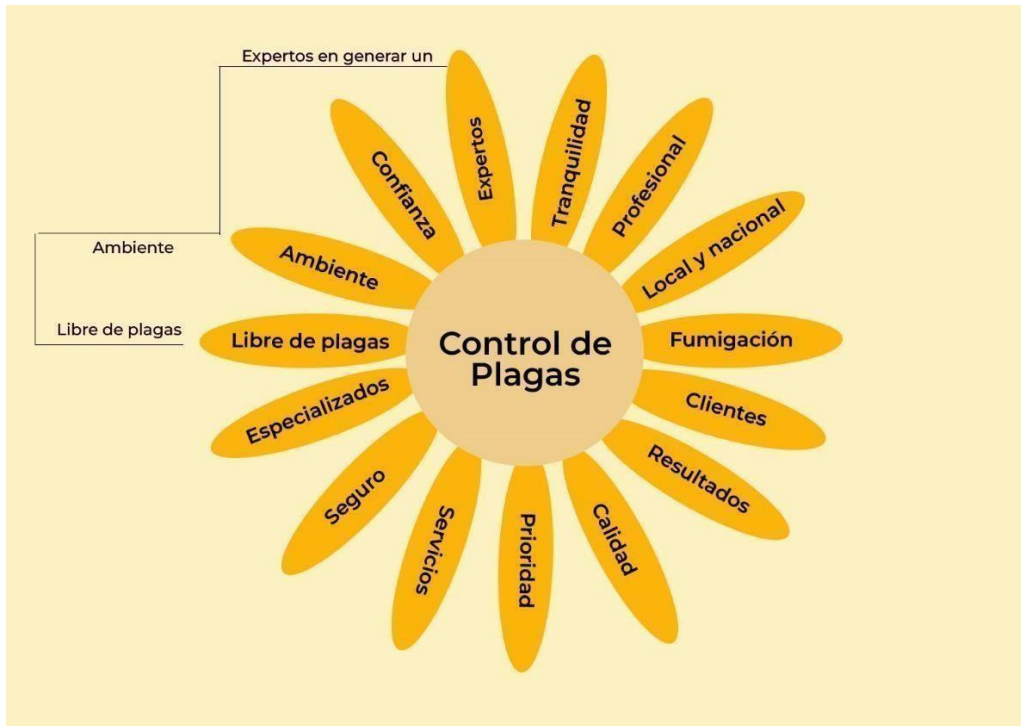


Figura 7. Técnica flor de loto realizado por la estudiante Cesia Gabriela Alfaro Flores.

Definición del concepto. Por medio de este método creativo se han identificado 3 **propuestas**, las cuales fueron extraídas de la técnica del autor Yasuo Matsumura, estas se han adecuado de la manera correcta para transmitir y dejar un mensaje a los clientes de AF Fumigación Guatemala.

Propuestas conceptuales:

1. Fumigación profesional, resultados seguros.
2. Servicios especializados a nivel nacional y local.
3. Expertos en generar un ambiente libre de plagas.

Con base a las propuestas realizadas se ha determinado que el concepto que más se adapta para la elaboración del proyecto quedará establecido por el título de:

“Expertos en generar un ambiente libre de plagas”

Se escogió la palabra “expertos” porque cuentan con 21 años de experiencia en el campo, la palabra “ambiente” es el complemento que todos desean un ambiente seguro, limpio y protegido y por último “libre de plagas” esto hace referencia que toda empresa o residencia desea un lugar limpio y fuera de problemas de control de plagas

Guion literario: AF Fumigación

El material audiovisual contendrá únicamente música de fondo

MÚSICA DE FONDO

CORTE A: Entra logo de AF Fumigación (5 segundos)

MÚSICA DE FONDO

CORTE A: Se **realiza** la toma del carro de AF Fumigación ingresando a una empresa para un servicio de control de plagas (5 segundos)

MÚSICA DE FONDO**V.O**

¿Sabías que en AFSA cubrimos los 22 departamentos del país?

CORTE A: Técnicos se presentan con el cliente (3 segundos)

V.O

Contamos con 21 años de experiencia en el Control de Plagas, residenciales corporativas e industriales.

CORTE A: Técnico le da la mano al cliente (2 segundos)

Segunda página de guion literario

MÚSICA DE FONDO

V.O

Nuestro personal es capacitado en Control de Plagas y cubrimos tus emergencias las 24 horas los
365 días del año.

CORTE A: Se realiza la toma de un técnico colocándose el equipo de seguridad industrial
(Botas, guantes, lentes, mascarilla de doble filtro y casco), (10 segundos)

MÚSICA DE FONDO

CORTE A: Técnico **ingresa** a una empresa aplicando gel para cucarachas en gavetas,
marcos de puertas y cocineta. (10 segundos)

MÚSICA DE FONDO

Técnico **aplica** aspersión con bomba manual en oficinas (5 segundos)

V.O

Tenemos la solución para cada **plaga de** cucarachas, roedores, arañas, hormigas,
zancudos, pulgas y demás

MÚSICA DE FONDO

CORTE A: Técnico **aplica** humo en área exterior con la Termo nebulizadora, (3
segundos)

MÚSICA DE FONDO

CORTE A: Técnico **aplica** aspersión con una bomba de motor en área exterior, (5
segundos)

MÚSICA DE FONDO

CORTE A: Presentadora habla acerca de la empresa.


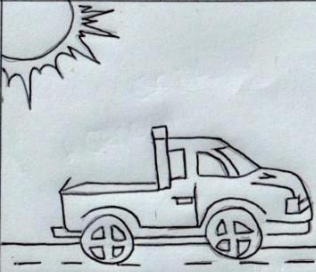


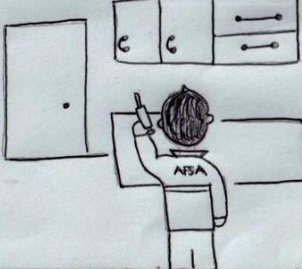

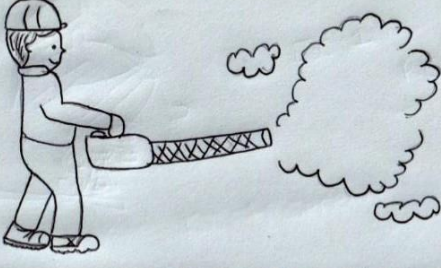

Tercera página de guion literario

“Puedes encontrarnos en Facebook, Instagram y TikTok como AF Fumigación Guatemala y así **mismo**, visitar nuestra página web: www.fumigacionguatemala.com” (5 segundos)

CORTE A: finaliza con una **presentadora** diciendo la frase anterior.

Storyboard

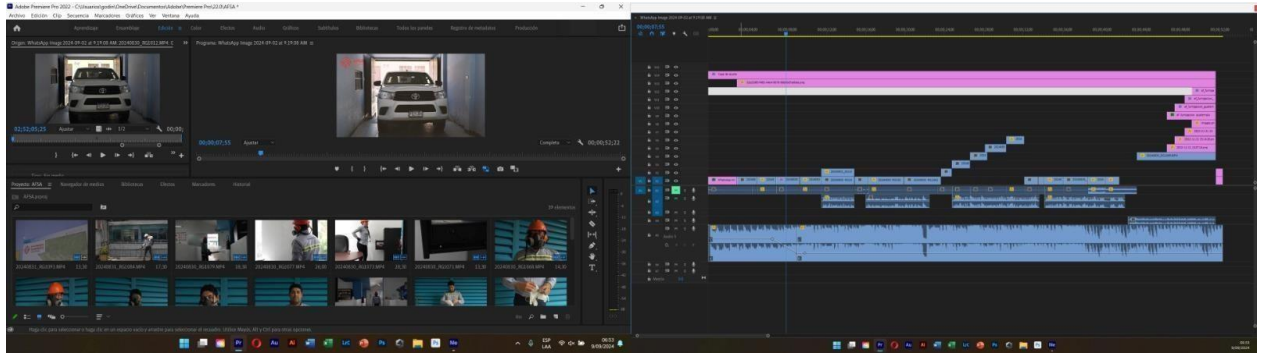
Proceso de bocetaje

<p>ESC: 1</p> <p>P. General</p> 	<p>ESC: 2</p> <p>P. General</p> 	<p>ESC: 3</p> <p>P. General</p> 
<p>Plano general del Logo de AF Fumigación Guatemala con desentloque y por ultimo con enfique</p>	<p>Carro de AF Fumigación entrando a una empresa.</p>	<p>Tecnico se presenta con el cliente antes de iniciar con el servicio de fumigación.</p>
<p>ESC: 4</p> <p>P. Primer Plano</p> 	<p>ESC: 5</p> <p>P. Americano</p> 	<p>ESC: 6</p> <p>P. General</p> 
<p>Tecnico se coloca su equipo de Seguridad industrial para realizar una correcta aplicación.</p>	<p>Tecnico aplicando gel en marcos de Puertas, gavetas</p>	<p>Tecnicos aplicando abersión con bomba de motor en área verde</p>
<p>ESC: 7</p> <p>P. General</p> 	<p>ESC: 8</p> <p>P. Medio</p> 	
<p>Tecnico aplicando humo con termonebulizadora</p>	<p>Chica hablando acerca de la empresa</p>	

Digitalización de Bocetos

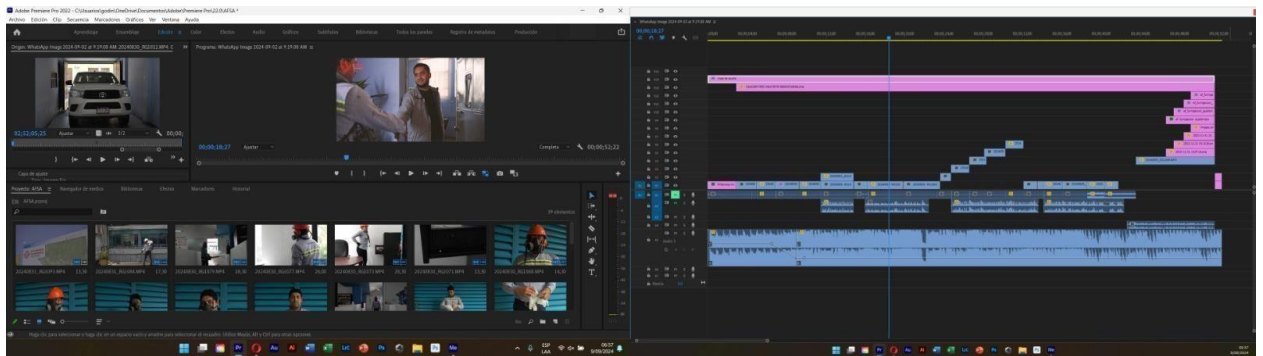
Mediante el programa de edición de Adobe Premiere se realizó el proceso de animación de las escenas del video realizado para AF Fumigación Guatemala, S.A.

A continuación, se muestra el proceso de animación en el programa Adobe Premiere, donde el vehículo de AFSA ingresa a una empresa.



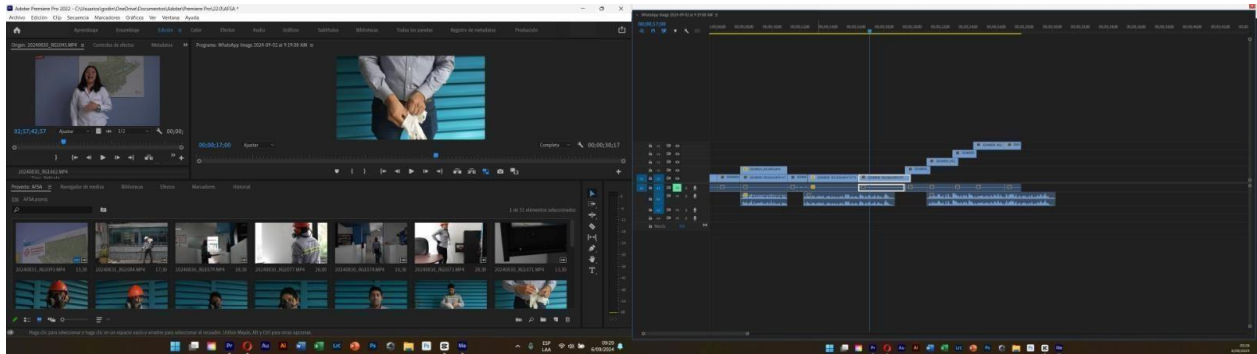
Captura de pantalla tomada por la alumna Cesia Gabriela Alfaro Flores

En la siguiente animación se muestra la escena donde el técnico saluda al cliente antes de dar inicio al servicio de fumigación



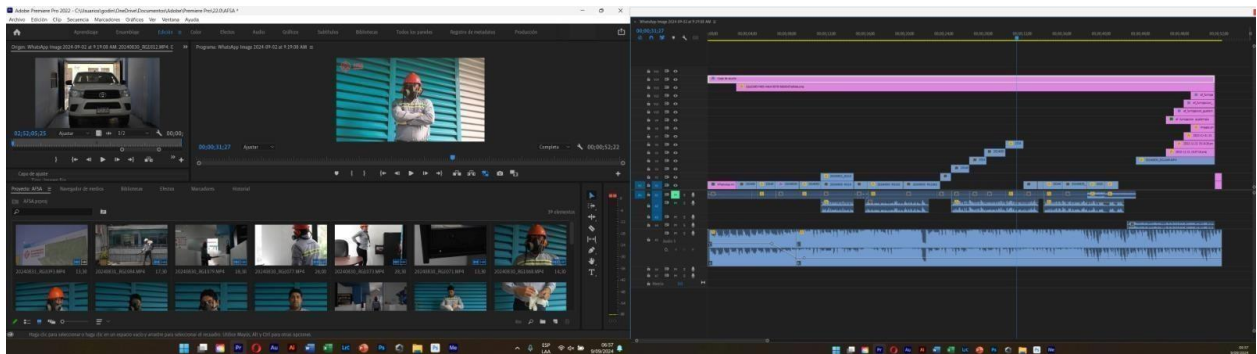
Captura de pantalla tomada por la alumna Cesia Gabriela Alfaro Flores

En la siguiente animación se muestra la escena donde el técnico se **coloca** su equipo de seguridad industrial.



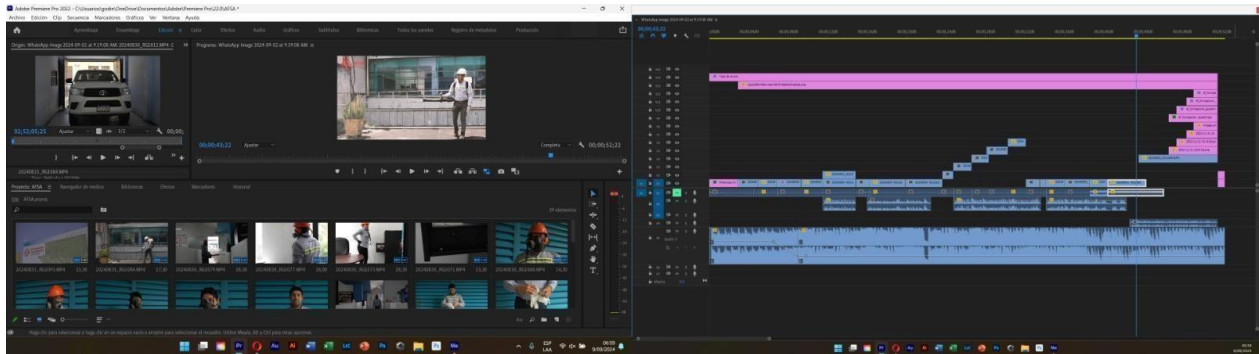
Captura de pantalla tomada por la alumna Cesia Gabriela Alfaro Flores

En la siguiente animación se muestra la escena donde el técnico cuenta con su **equipo de seguridad** ya colocado



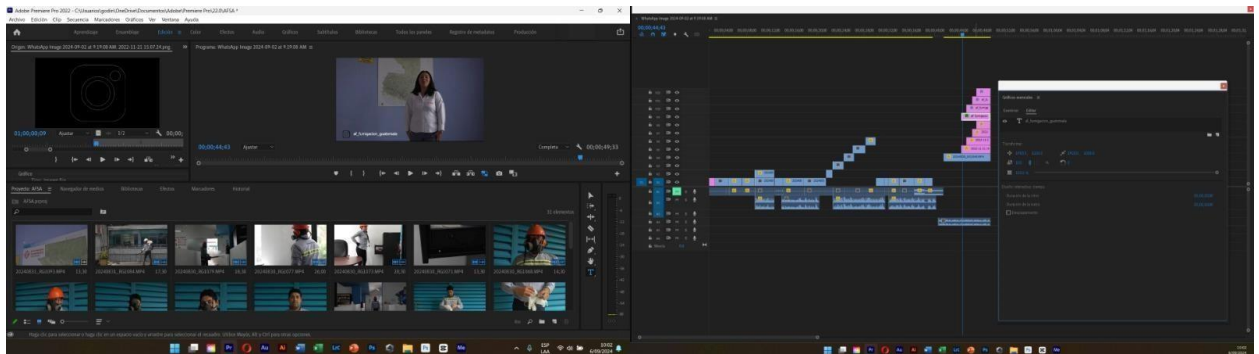
Captura de pantalla tomada por la alumna Cesia Gabriela Alfaro Flores

En la última animación se muestra la escena donde el técnico aplica aspersión con la bomba de motor



Captura de pantalla tomada por la alumna Cesia Gabriela Alfaro Flores

En la última animación se muestra la escena donde la **presentadora** brinda las redes sociales de la empresa



Captura de pantalla tomada por la alumna Cesia Gabriela Alfaro Flores

Propuesta Preliminar

Duración: 49 segundos

Medidas: ancho 16:9

Altura 16:9 Peso: 223 MG

Formato: H.264 (MP4) con XAVC S 4K Slog







Propuesta Preliminar Storyboard

Toma: 1	Plano: General	Toma: 2	Plano: General
			
Toma plano general del logo de AF Fumigación Guatemala		Toma plano general de vehículo de AFSA ingresando a una empresa	
Toma: 3	Plano: General	Toma: 4	Plano: General
			
Toma plano general técnico camina a la oficina del encargado para iniciar con el servicio de fumigación		Toma plano general de mapa de Guatemala dando referencia que se cubren los 22 departamentos del país	
Toma: 5	Plano: Primer plano	Toma: 6	Plano: Medio
			
Técnico toca la puerta del encargado para presentarse		Encargado escucha que tocan la puerta	

Propuesta Preliminar Storyboard

Toma: 7	Plano: Primer plano	Toma: 8	Plano: Medio
			
Encargado abre la puerta		Técnico se presenta con el encargado antes de iniciar el servicio de fumigación	
Toma: 9	Plano: Primer plano	Toma: 10	Plano: Primer plano
			
Técnico se coloca guantes, parte de su equipo de seguridad industrial		Técnico se coloca casco, lentes, mascarilla de doble filtro, audífonos y casco	
Toma: 11	Plano: Americano	Toma: 12	Plano: Primer plano
			
Técnico sale portando equipo completo de seguridad industrial		Técnico abre la gaveta para aplicar gel cucarachicida	
Toma: 7	Plano: Primer plano	Toma: 8	Plano: Medio
			
Encargado abre la puerta		Técnico se presenta con el encargado antes de iniciar el servicio de fumigación	

Propuesta Preliminar Storyboard

Toma: 13	Plano: Americano	Toma: 14	Plano: General
			
Técnica aplicando gel cucarachicida en gaveta		Técnico camina al lugar donde se aplicará aspersion	
Toma: 15	Plano: Medio	Toma: 12	Plano: Americano
			
Técnico aplica aspersion de abajo hacia arriba en oficinas		Técnico aplica humo con la termonebulizadora	
Toma: 13	Plano: General	Toma: 10	Plano: Medio
			
Técnico aplica aspersion con bomba de motor en área de patio		Presentadora expone datos importante de AF Fumigación Guatemala, S.A	

Enlace de la propuesta preliminar: <https://youtu.be/86QSWkTQMB>

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto, **por lo que** se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del material audiovisual.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple digital en Google Forms, que se aplicará al cliente, 40 hombres y mujeres del grupo objetivo y 5 expertos en el área de audiovisual, comunicación y diseño.

Población y muestreo

El total de las personas encuestas para la validación será de 40, este grupo objetivo estará conformado por el cliente, las personas del grupo objetivo y expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual.

Cliente: Mardoqueo **Guzmán**, Gerente **Administrativo**

Grupo Objetivo: 40 personas conformadas por hombres y mujeres de 25 a 65 años, ubicados en el área metropolitana, con un nivel socioeconómico desde el nivel B hasta el nivel C1

Expertos: 5 profesionales en las áreas de audiovisuales, comunicación y diseño

- Lic. Christian Emmanuel López, experto en el área de comunicación y diseño.
- M.Sc. Arnulfo **Guzmán**, experto en el área de ciencias de la comunicación
- Licda. Karla **López**, experta en el área de comunicación y diseño gráfico.
- Licda. Carmen Aguilar, experta en el área de consultoría en imagen pública y planificación estratégica en medios de comunicación.
- Lic. Guillermo García, experto en publicidad.

Método e instrumentos



Se utilizará la encuesta como método cualitativo, donde se conocerá si el material audiovisual es agradable o no para las personas del grupo objetivo, cliente y expertos del área de comunicación, diseño y producción audiovisual, con la finalidad de validar la propuesta preliminar, a través de una encuesta de opción múltiple en Google Forms. Este instrumento está conformado por un cuestionario que se divide en diferentes secciones:

Fase Objetiva. Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con preguntas dicotómicas: Sí o no.

Fase Semiológica. Evalúa los elementos del diseño, gráficos y estéticos del material audiovisual.

Fase Operativa. Se evalúa en primera instancia la funcionalidad de la propuesta del material audiovisual.

Modelo de Encuesta de Validación. Página 1

		Facultad de Ciencias de la Comunicación
		-FACOM-
		Licenciatura en Comunicación y Diseño
		Proyecto de graduación

Género F <input type="checkbox"/>	Experto <input type="checkbox"/>	Nombre <input type="text"/>
M <input type="checkbox"/>	Cliente <input type="checkbox"/>	Profesión <input type="text"/>
Edad <input type="text"/>	Grupo objetivo <input type="checkbox"/>	Puesto <input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de

Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes

AF Fumigación fue fundada por el señor Carlos Flores. Inició en enero del 2003 cuenta con 21 años de experiencia en fumigación residencial, corporativa e industrial. Dispone de una cobertura a nivel nacional, es una empresa que opera las 24 horas los 365 días del año.

A través del acercamiento con el cliente se determino que la empresa no cuenta con un video corporativo para dar a conocer a clientes reales y potenciales de lo que ofrece

Modelo de Encuesta de Validación. Página 2

Instrucciones

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco

Parte Objetiva:

1. ¿Considera importante y necesario la producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A.?

SI ____ NO ____

2. ¿Considera necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con producción de videos corporativos para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa?

SI ____ NO ____

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre la empresa AF Fumigación Guatemala por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información al video corporativo?

SI ____ NO ____

4. ¿Considera necesario grabar video corporativo para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa a los clientes reales y potenciales?

SI ____ NO ____

Modelo de Encuesta de Validación. Página 3

Parte Semiológica

1. Considera que la tendencia de video corto para dar a conocer los servicios de la empresa es

Muy apropiado ___ Poco apropiado ___ Nada apropiado ___

2. Considera que la música de fondo es

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

3. Considera que la narración en el video es

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

4. Considera que las escenas grabadas son

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

Parte operativa

1. Considera que la orientación horizontal del video es

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

2. Considera que la distribución de grabación de escenas es

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

3. Considera que la visualización del video corporativo en el sitio web es

Muy funcional ___ Poco funcional ___ Nada funcional ___

4. Considera que la duración del video corporativo es

Muy adecuado ___ Poco adecuado ___ Nada adecuado ___

Gracias por responder a esta encuesta sus comentarios serán de ayuda para la mejora de la propuesta.

Enlace del instrumento de validación digital:

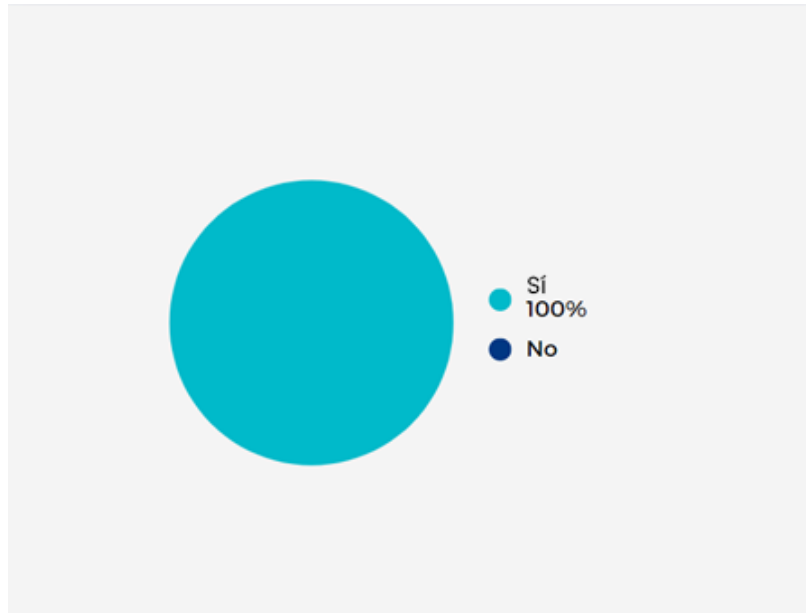
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfw7AzIzON54rWh_GxMuJhfHrtgtSC27Vd065Xy

[TRvm8OW2eg/viewform?usp=sf_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfw7AzIzON54rWh_GxMuJhfHrtgtSC27Vd065Xy/Trvm8OW2eg/viewform?usp=sf_link)

Resultados e Interpretación

Fase Objetiva

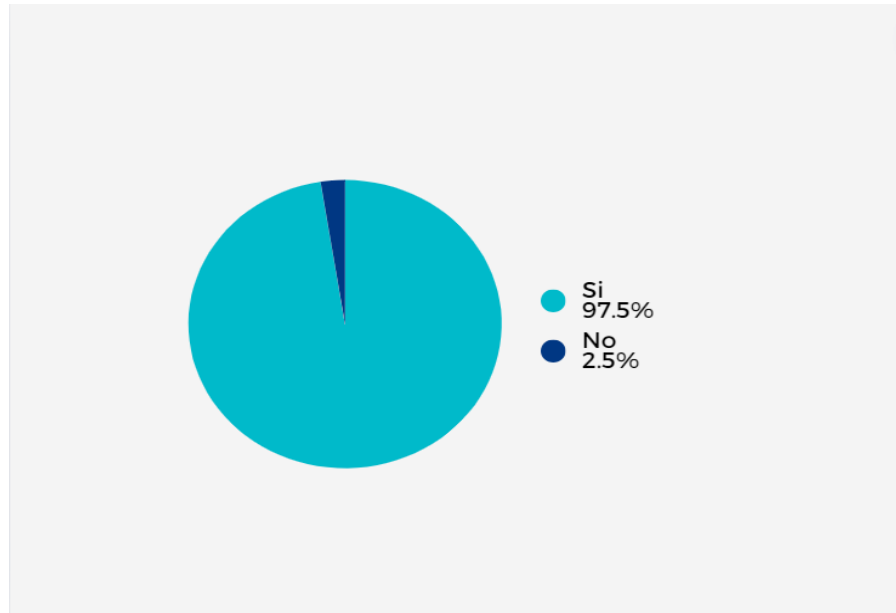
Pregunta 1: ¿Considera importante o necesario la Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A. Guatemala, Guatemala?



Interpretación:

El 100% de los encuestados **indicó** que es importante la producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas que va dirigido a clientes potenciales.

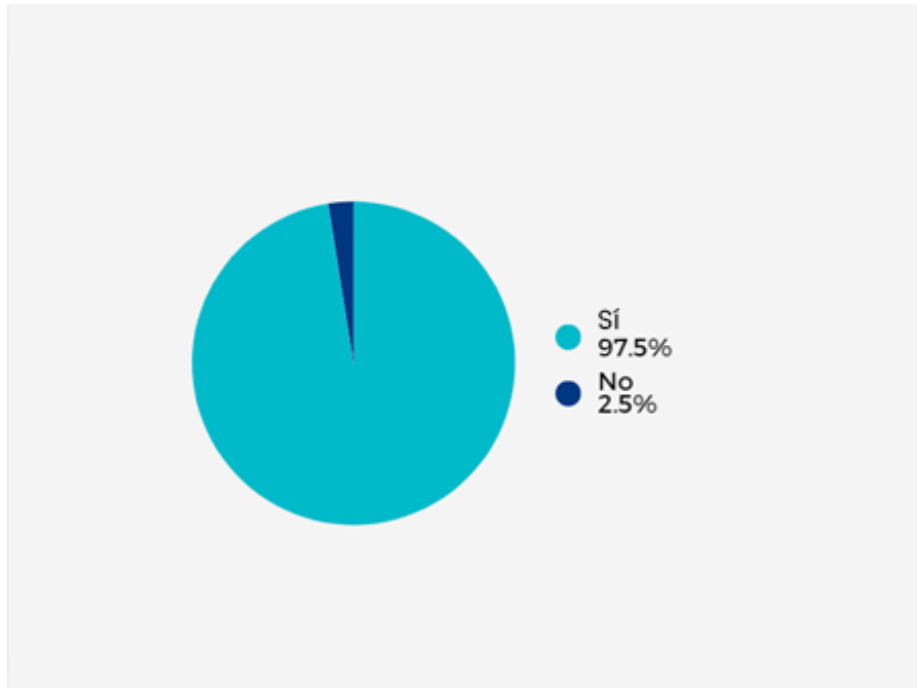
Pregunta 2: ¿Considera necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con producción de videos corporativos para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa?



Interpretación:

El 97.5% de los encuestados **indicó** que es necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con la producción de videos corporativos para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa, mientras que el 2.5% de los encuestados indicó que no es necesario investigar términos, teorías y tendencias.

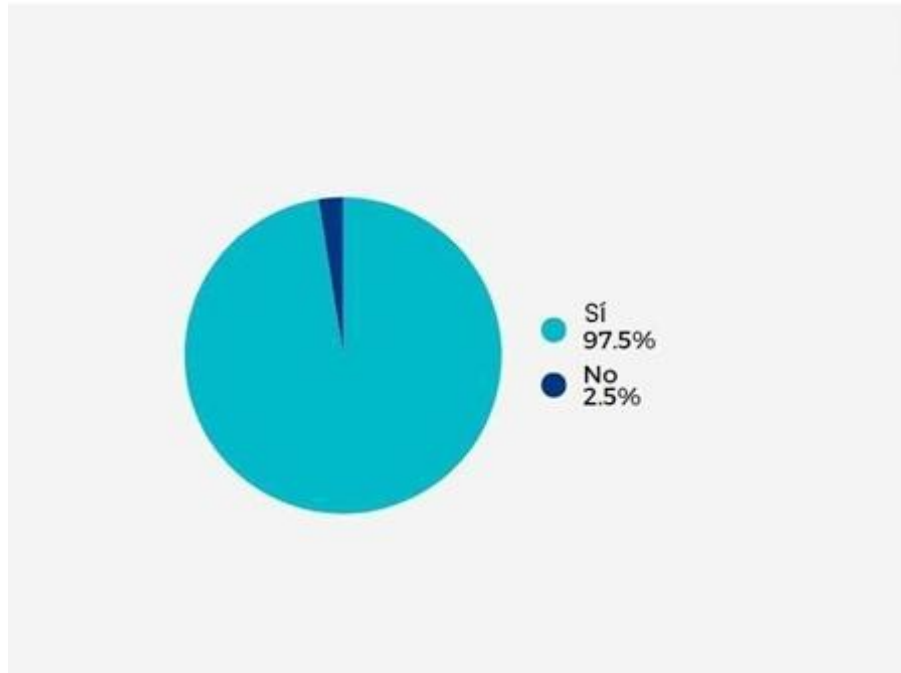
Pregunta 3: ¿Considera necesario recopilar información sobre la empresa AF Fumigación Guatemala por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información al video corporativo?



Interpretación:

El 90% de los encuestados **indicó** que es necesario recopilar información sobre la empresa AF Fumigación Guatemala por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información al video corporativo, mientras que el 10% de encuestados indicó que no era necesario recopilar información.

Pregunta 4: ¿Considera necesario grabar video corporativo para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa a los clientes reales y potenciales?

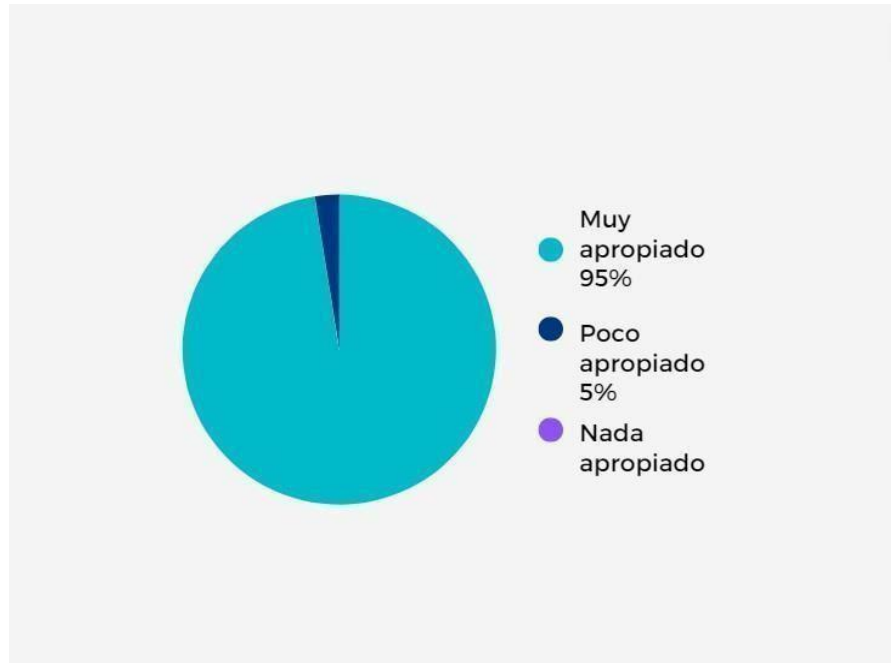


Interpretación:

El 97.5% de los encuestados **indicó** que es necesario grabar un video corporativo para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa a los clientes reales y potenciales, mientras que el 2.5% de los encuestados **indicó** que no era necesario grabar un video corporativo.

Parte Semiológica

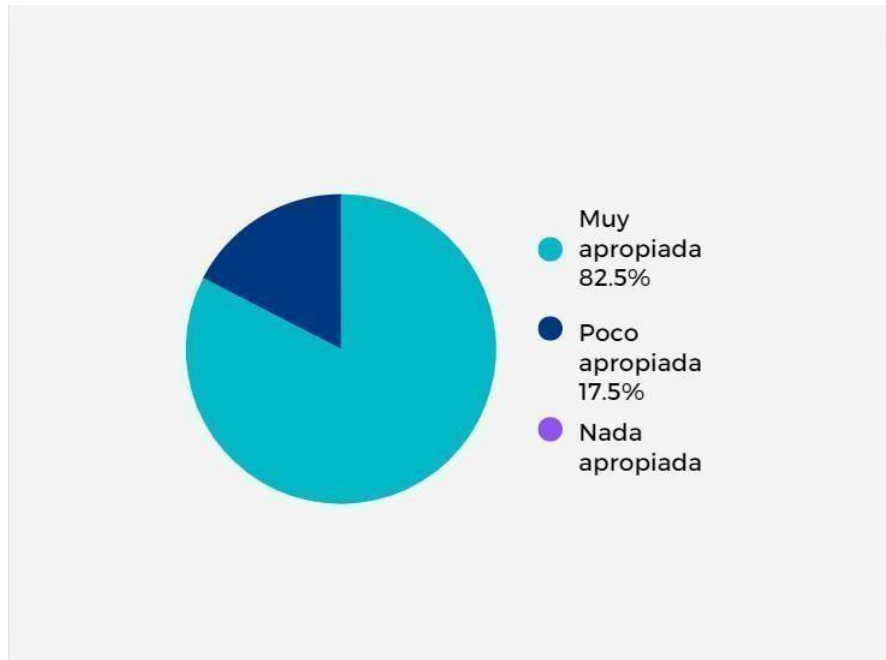
Pregunta 1: Considera que la tendencia de video corto para dar a conocer los servicios de la empresa es:



Interpretación:

El 95% de los encuestados **indicó** que es apropiado utilizar la tendencia de video corto para dar a conocer los servicios de la empresa, mientras que el 5% de los encuestados **indicó** que es poco apropiado utilizar la tendencia de video corto.

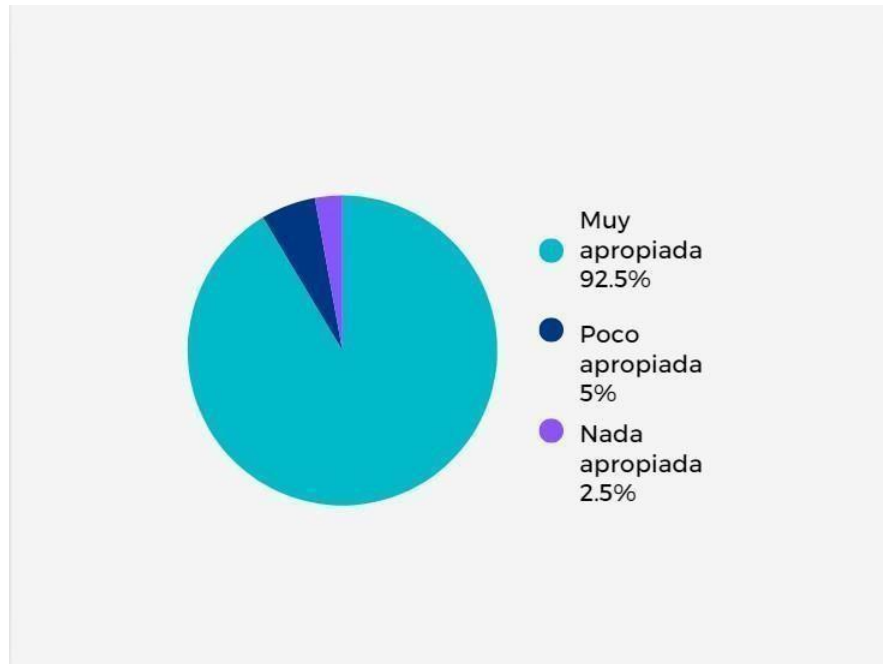
Pregunta 2: Considera que la música de fondo es:



Interpretación:

El 82.5% de los encuestados **indicó** que es apropiada la música de fondo para el video corporativo, mientras que el 17.5% de los encuestados que indicaron era poca apropiada la música de fondo.

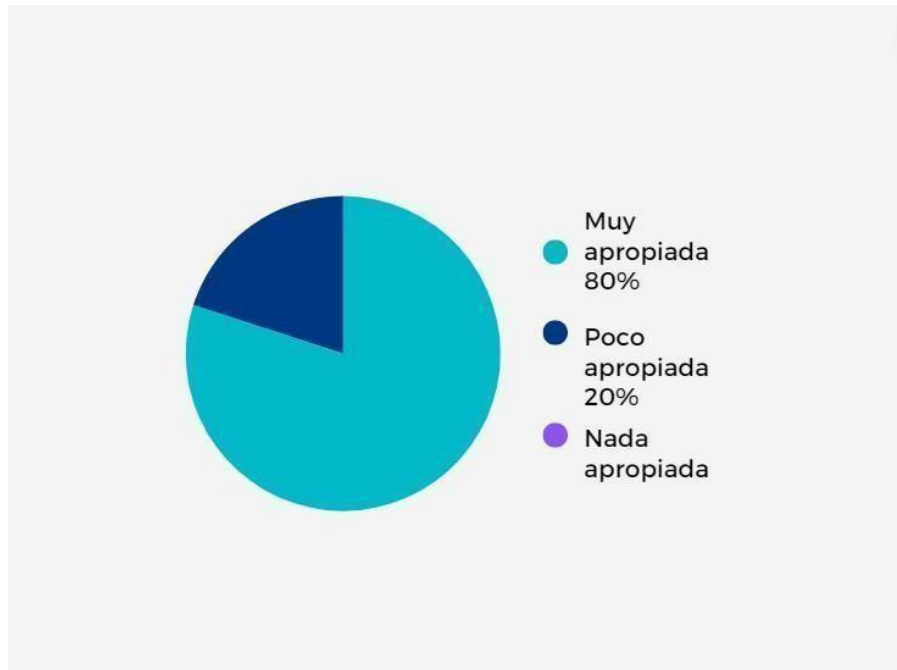
Pregunta 3: Considera que la narración en el video es:



Interpretación:

El 92.5% de los encuestados **indicó** que es apropiada la narración del video corporativo mientras que el 5% de los encuestados indicaron que es poca apropiada la narración del video y el 2.5% **indicó** que no era nada apropiada la narración.

Pregunta 4: Considera que las escenas grabadas **son**:

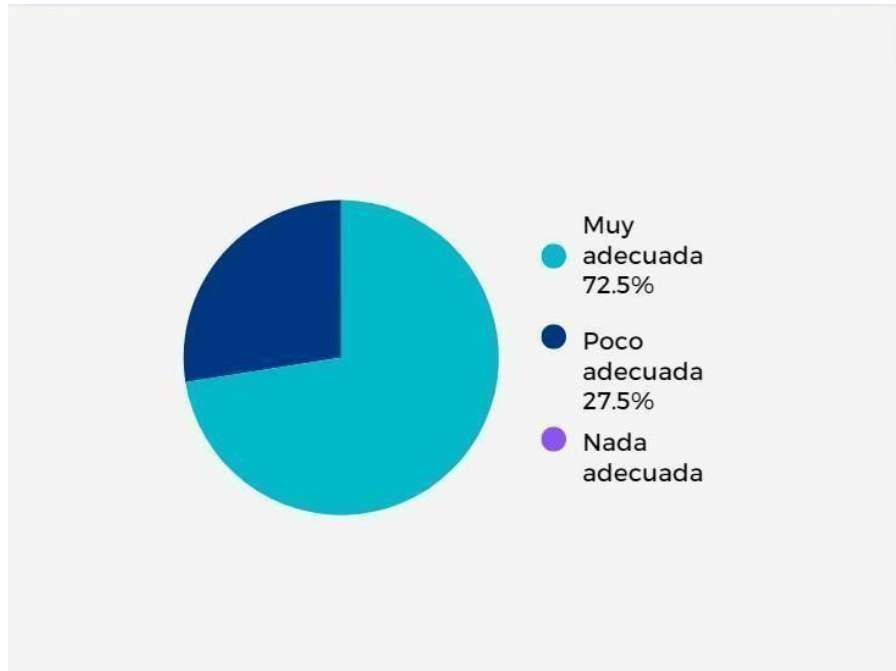


Interpretación:

El 80% de los encuestados **indicó** que son apropiadas las escenas grabadas, mientras que el 20% de los encuestados **indicó** que son **poco** apropiadas las escenas grabadas.

Parte Operativa

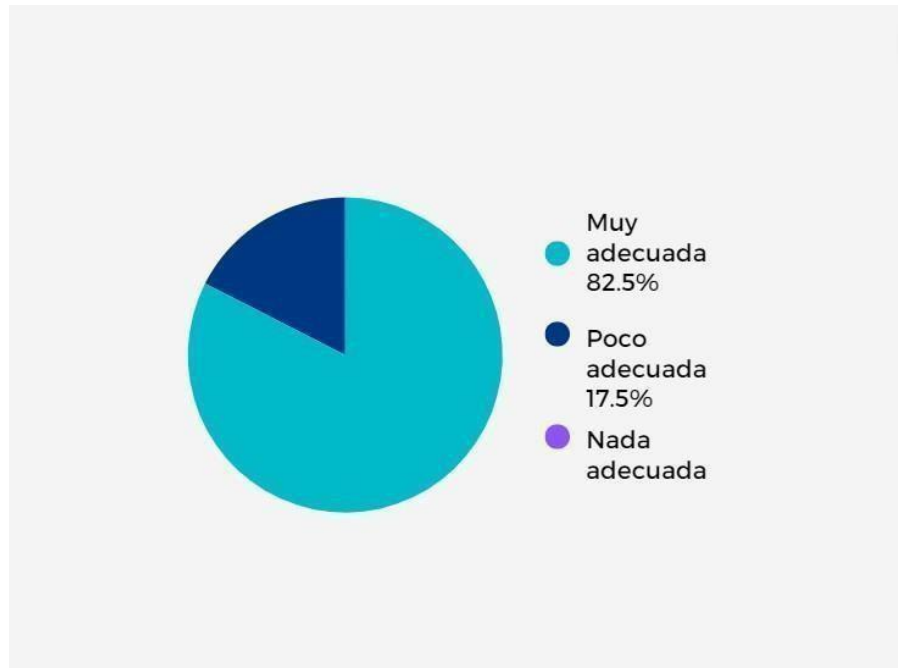
Pregunta 1: Considera que la orientación horizontal del video **es**:



Interpretación:

El 72.5% de los encuestados **indicó** que es muy adecuada la orientación horizontal del video, mientras que el 27.5% de los encuestados **indicó** que es poco adecuada la orientación horizontal del video.

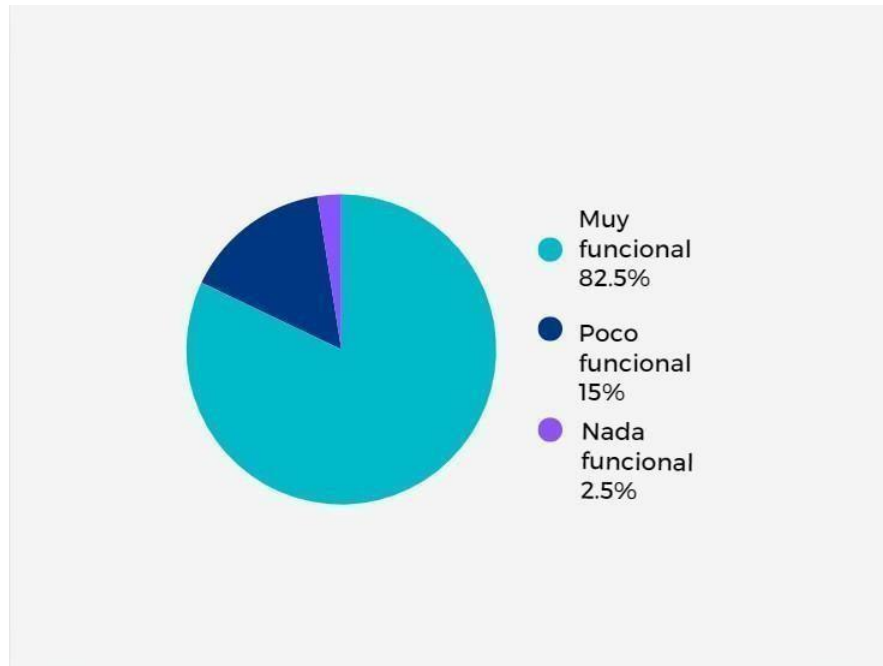
Pregunta 2: Considera que la distribución de grabación de escenas **es**:



Interpretación:

El 82.5% de los encuestados **indicó** que es muy adecuada la distribución de grabación de escenas en el video corporativo, mientras que el 17.5% de los encuestados **indicó** que es poco adecuada la distribución de grabación de escenas.

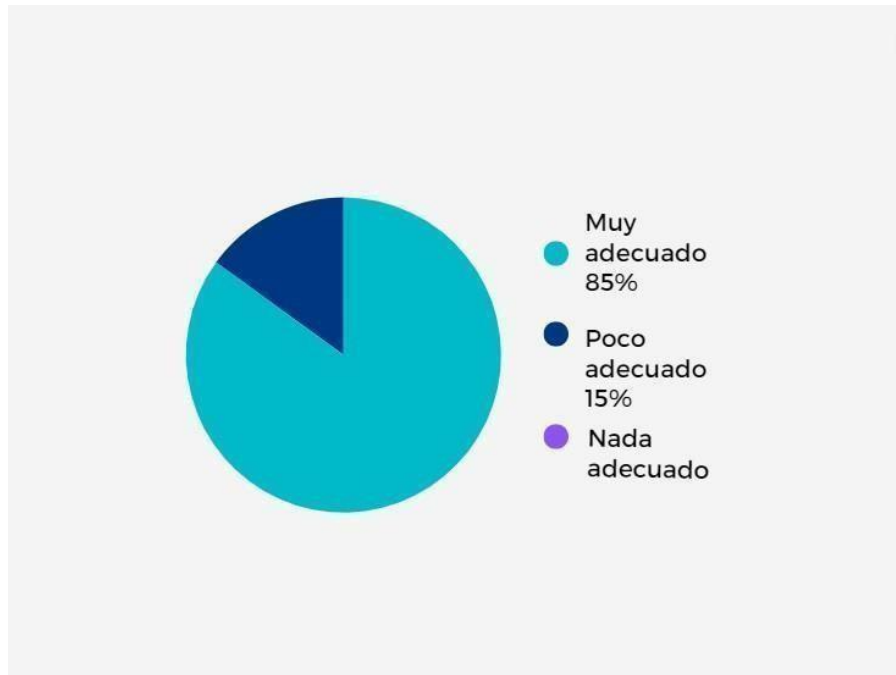
Pregunta 3: Considera que la visualización del video corporativo en el sitio web es:



Interpretación:

El 82.5% de los encuestados **indicó** que la visualización del video corporativo en el sitio web es muy funcional, mientras que el 15% de los encuestados **indicó** que la visualización del video corporativo es poco funcional y el otro 2.5% de los encuestados **indicó** que la visualización del video corporativo no es nada funcional.

Pregunta 4: Considera que la duración del video corporativo es:



Interpretación:

El 85% de los encuestados **indicó** que la duración del video corporativo es muy adecuada, mientras que el 15% de los encuestados **indicó** que es poco adecuada la duración del video.

Cambios con Base a Resultados

Posterior a la validación con el cliente, expertos y grupo objetivo se sugirieron los siguientes cambios:

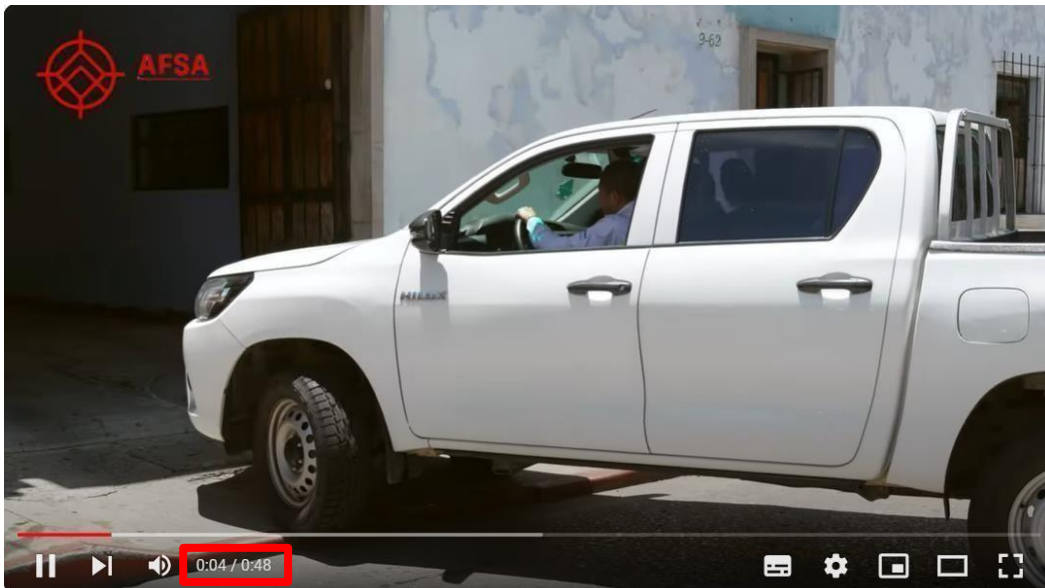
1. Tiempo del Video

Se resto tiempo al video por completo a 49 segundos, para que sea más interesante la visualización en el sitio web de la empresa.

Antes.



Después.



2. Logo de la Empresa

Se **colocó** el logo en todo el video para que se vea más profesional y tenga identidad de marca.

Antes



Después



3. Información de Contacto.

Al final del video se colocó el logo con la información de número de WhatsApp y PBX.

Antes



Después



Enlace Propuesta preliminar: <https://youtu.be/TCRj7ExasQA>

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Se presenta la propuesta gráfica final de la producción del material audiovisual para mostrar a los clientes reales y potenciales acerca de los servicios de fumigación que presta la empresa AF Fumigación Guatemala, S.A

Enlace de la Propuesta.

<https://youtu.be/TCRj7ExasQA>



Duración: 48 segundos

Medidas: 1280 x 720

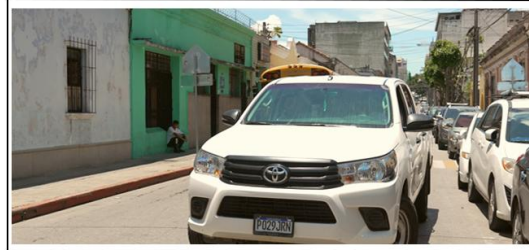
Storyboard: correcciones exclusivas

Toma: 1	Plano: General
---------	----------------



Toma plano general del logo de AF Fumigación Guatemala

Toma: 2	Plano: General
---------	----------------



Toma plano general de vehículo de AFSA ingresando a una empresa

Toma: 3	Plano: General
---------	----------------



Toma plano general técnico camina a la oficina del encargado para iniciar con el servicio de fumigación

Toma: 4	Plano: General
---------	----------------



Toma plano general de mapa de Guatemala dando referencia que se cubren los 22 departamentos del país

Toma: 5	Plano: Primer plano
---------	---------------------



Técnico toca la puerta del encargado para presentarse

Toma: 6	Plano: Medio
---------	--------------



Técnico se presenta con el encargado antes de iniciar el servicio de fumigación

Toma: 7	Plano: Primer plano
---------	---------------------











Técnico se coloca guantes, parte de su equipo de seguridad industrial

Toma: 8	Plano: Primer plano
---------	---------------------



Tecnico se coloca casco, lentes, mascarilla de doble filtro, audífonos y casco

Continuación de Storyboard: correcciones exclusivas

Toma: 9	Plano: Americano	Toma: 10	Plano: Americano
			
<p>Técnico sale portando equipo completo de seguridad industrial</p>		<p>Técnica aplicando gel cucarachicida en gaveta</p>	
Toma:11	Plano: General	Toma: 12	Plano: Medio
			
<p>Técnico camina al lugar donde se aplicara lá aspersión</p>		<p>Técnico aplica aspersión de abajo hacia arriba en oficinas</p>	
Toma: 13	Plano: Americano	Toma: 14	Plano: General
			
<p>Técnico aplica humo con la termonebulizadora</p>		<p>Técnico aplica aspersión con bomba de motor en área de patio</p>	
Toma: 15	Plano: Medio	Toma: 16	Plano: General
			
<p>Presentadora expone datos importantes de AF Fumigación Guatemala, S.A</p>		<p>Finaliza con el logo de la empresa incluyendo PBX y WhatsApp</p>	

CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Plan de Costos de Elaboración

En esta etapa se ha determinado el proceso creativo y elaboración de la propuesta audiovisual.

Horas	Detalle	Costo por hora	Subtotal
15	Proceso Creativo	Q25.00	Q375.00
10	Bocetaje de primera propuesta	Q25.00	Q250.00
20	Bocetaje de segunda propuesta	Q25.00	Q500.00
10	Escritura de guión	Q25.00	Q250.00
		Total	Q1,375.00

Plan de Costos de Producción

Se realizó la ilustración y digitalización de storyboard, así también, el guion.

Se llevó a cabo la grabación del video, también la postproducción del material audiovisual.

Horas	Descripción	Costos por hora	Subtotal
20	Pre-producción	Q25.00	Q500.00
15	Producción del video	Q25.00	Q375.00
15	Post-producción	Q25.00	Q375.00
	Costos variables de operación (luz, Internet)		Q550.00
		Total	Q1,800.00

Plan de Costos de Reproducción

El material de audiovisual será entregado de forma digital, por medio de Google Drive, por este motivo no tendrá costos de reproducción.

Plan de Costos de Distribución

Este costo es un monto variable, que dependerá del cliente determinar la cantidad a invertir. A su vez, se estimó que el material audiovisual será promocionado por un tiempo de 20 días en Facebook Ads, con un alcance diario de 3,400 personas.

Días	Descripción	Alcance de personas al día	Subtotal
20	Facebook Ads	3,400	Q650.00
Total			Q650.00

Margen de Utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Total costos de elaboración	Q1,375.00
Total costos de producción	Q1,800.00
Total costos de reproducción	Q0.00
Total costos de distribución	Q650.00
Subtotal I	Q3,825.00
Total margen de utilidad (20%)	Q765.00

IVA

Para este proyecto se estima el impuesto al valor agregado (IVA) del 12%.

Total costos de elaboración	Q1,375.00
Total costos de producción	Q1,800.00
Total costos de reproducción	Q0.00
Total costos de distribución	Q650.00
Subtotal I	Q3,825.00
Total margen de utilidad (20%)	Q765.00
Subtotal II	Q4,590.00
IVA (12%)	Q550.8
Total	Q5,140.8

Cuadro del Resumen General de Costos

En el cuadro se presenta el costo total correspondiente a la producción de un video corporativo para AF Fumigación Guatemala, S.A.

Total costos de elaboración	Q1,375.00
Total costos de producción	Q1,800.00
Total costos de reproducción	Q0.00
Total costos de distribución	Q650.00
Subtotal I	Q3,825.00
Total margen de utilidad (20%)	Q765.00
Subtotal II	Q4,590.00
IVA (12%)	Q550.8
Total	Q5,140.8

CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES

Capítulo XI: Conclusiones

Se afirma que fue necesario producir un video corporativo para dar a conocer a clientes actuales y potenciales los servicios de control de plagas que ofrece AF Fumigación Guatemala, **S.A.**

Además, se considera que toda la información recopilada mediante el brief proporcionado por el cliente, permitió estructurar y diseñar estrategias específicas **no solo para conocer** las necesidades del cliente **sino** también **facilitó** la creación de un contenido más relevante y efectivo.

Por otro lado, es posible concluir que la investigación previa relacionada tanto con la producción audiovisual como con las tendencias actuales de comunicación y diseño **fue fundamental** para el desarrollo de este proyecto. Este análisis permitió integrar elementos que garantizan la calidad del material final alineado con los estándares y necesidades del cliente.

Finalmente, cabe destacar que el uso adecuado de los planos cinematográficos no solo **mejoró** la estética del video, sino que también fue clave para captar la atención del grupo objetivo. La planificación y ejecución de estos planos **contribuyó** a transmitir una imagen profesional reforzando la credibilidad de la empresa y facilitando la conexión con clientes actuales y potenciales.

Capítulo XI: Recomendaciones

Se recomienda, como medida inicial que se publiquen al menos **dos** vídeos informativos por semana en las redes sociales, abordando diferentes temas relacionados con plagas y servicios de fumigación que ofrece la empresa. **Asimismo**, incluir publicaciones dinámicas tales como encuestas o preguntas relacionadas con el enfoque de la empresa promoviendo la interacción con el público.

Es fundamental que **la** persona encargada **de** gestionar la publicidad de la empresa utilice imágenes reales de los servicios de fumigación en el contenido que se publica, esto no solo fortalece la credibilidad y transparencia de la empresa, sino que también permite que los clientes potenciales tengan una visión clara y confiable de los procedimientos.

En cuanto a la edición de video dirigidos a plataformas como TikTok, es crucial incorporar elementos visuales que refuercen la identidad corporativa de la empresa. Se deben utilizar los colores institucionales, logotipo, así como incluir la información de contacto de la empresa. **Esté** contribuirá a consolidar el reconocimiento de la marca y a proporcionar información relevante de forma rápida y accesible.

Por último, se recomienda revitalizar la cuenta de Instagram de la empresa mediante la publicación de videos interactivos que reflejen los valores y servicios de la misma. Mantener la página activa con contenido no solo mejorará la relación con clientes actuales y potenciales, sino que también fortalecerá su presencia en el mercado digital.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento General



Figura 8. Tablero de conocimiento general realizado por la estudiante Cesia Alfaro.

CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

Referencias de páginas en el Word Wide Web

A

Alvarado, L. (25 de Diciembre de 2022). *Poli.edu*. Recuperado de

<https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/disenio-digital-que-es>

C

CHAN, A. (2015). *CHAN*. Recuperado de [https://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-](https://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-disenio-editorial/)

[dentro-del-disenio-editorial/](https://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-disenio-editorial/)

Cmásd. (5 de Junio de 2024). *Blog.cmásd*. Obtenido de

[https://blog.cmasd.co/disenio/videomarketing-horizontal-o-](https://blog.cmasd.co/disenio/videomarketing-horizontal-o-vertical/#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20el%20video%20marketing,los%20est%C3%A1ndares%20de%20visualizaci%C3%B3n%20tradicionales.)

[vertical/#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20el%20video%20marketing,los%20est%](https://blog.cmasd.co/disenio/videomarketing-horizontal-o-vertical/#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20el%20video%20marketing,los%20est%C3%A1ndares%20de%20visualizaci%C3%B3n%20tradicionales.)

[C3%A1ndares%20de%20visualizaci%C3%B3n%20tradicionales.](https://blog.cmasd.co/disenio/videomarketing-horizontal-o-vertical/#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20el%20video%20marketing,los%20est%C3%A1ndares%20de%20visualizaci%C3%B3n%20tradicionales.)

Comunicare. (3 de Octubre de 2024). *Comunicare.es*. Obtenido de

[https://www.comunicare.es/comunicacion-publicitaria-](https://www.comunicare.es/comunicacion-publicitaria-funciones/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20publicitaria,puede%20ser%20compra%20o%20participaci%C3%B3n.)

[funciones/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20publi](https://www.comunicare.es/comunicacion-publicitaria-funciones/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20publicitaria,puede%20ser%20compra%20o%20participaci%C3%B3n.)

[citaria,puede%20ser%20compra%20o%20participaci%C3%B3n.](https://www.comunicare.es/comunicacion-publicitaria-funciones/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20publicitaria,puede%20ser%20compra%20o%20participaci%C3%B3n.)

Creativo, P. (2014). *Pixel Creativo*. Obtenido de [https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-](https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html#:~:text=T%C3%A9cnica%20que%20usa%20figuras%20recortadas,las%20p)

[animacion.html#:~:text=T%C3%A9cnica%20que%20usa%20figuras%20recortadas,las%20p](https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html#:~:text=T%C3%A9cnica%20que%20usa%20figuras%20recortadas,las%20p)

[artes%20del%20cuerpo%20recortadas.](https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html#:~:text=T%C3%A9cnica%20que%20usa%20figuras%20recortadas,las%20p)

D

Delgado, I. (18 de Mayo de 2023). *Studocu*. Obtenido de

<https://www.studocu.com/latam/document/universidad-nacional-experimental-politecnica-de-la-fuerza-armada-bolivariana/lenguaje-y-comunicacion/que-es-la-comunicacion/61330965>

E

Envato. (2021). *Elements.envato*. Obtenido de [https://elements.envato.com/es/aprende/guia-de-](https://elements.envato.com/es/aprende/guia-de-video-marketing/tendencias-de-video/)

[video-marketing/tendencias-de-video/](https://elements.envato.com/es/aprende/guia-de-video-marketing/tendencias-de-video/)

Erain. (2 de Febrero de 2021). *Erain.eu*. Obtenido de

<https://erain.eu/que-es-terapia-gestalt>

Estudio, C. (1 de Junio de 2021). *Cayab Estudio*. Obtenido de [https://cayab.com.mx/que-es-el-](https://cayab.com.mx/que-es-el-diseno-y-cuales-son-sus-caracteristicas/)

[diseno-y-cuales-son-sus-caracteristicas/](https://cayab.com.mx/que-es-el-diseno-y-cuales-son-sus-caracteristicas/)

Europea, U. (13 de Septiembre de 2023). *Universidad Europea*. Obtenido de

<https://universidadeuropea.com/blog/que-es-comunicacion-digital/>

F

Fernández, E. (18 de Mayo de 2017). *Artyco*. Obtenido de [https://artyco.com/como-clasificar-](https://artyco.com/como-clasificar-segmentar-clientes/#:~:text=1.,aquellos%20que%20sostienen%20tu%20negocio.)

[segmentar-clientes/#:~:text=1.,aquellos%20que%20sostienen%20tu%20negocio.](https://artyco.com/como-clasificar-segmentar-clientes/#:~:text=1.,aquellos%20que%20sostienen%20tu%20negocio.)

Fuentes, A. (2011). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-interna-impacto-2/>

G

Gardey, J. P. (29 de Septiembre de 2021). *Definición.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/video/>

Gómez, D. (10 de Agosto de 2022). *Juan de Amberes blog*. Obtenido de <https://juandeamberes.com/tag/comunicacion-externa/>

Guiani, C. (24 de Octubre de 2024). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/cuales-son-elementos-de-la-comunicacion/>

H

Herrera, D. (11 de Junio de 2024). *Dominio.mx*. Obtenido de <https://www.dominios.mx/videos-cortos-la-nueva-tendencia-audiovisual/>

I

Ingeniería, A. (11 de Abril de 2022). *Aplitec*. Obtenido de <https://www.aplitem.com.mx/evolucion-de-la-tecnologia-audiovisual/>

L

Lenz, M. (2014). *Marcia Lenz*. Obtenido de

<https://www.marcialenz.com/blog/que-es-fumigacion>

López, A. (16 de Noviembre de 2023). *Piktochart*. Obtenido de [https://piktochart.com/es/blog/que-](https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/)

[es-el-diseno-grafico/](https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/)

M

Martínez, E. (26 de Enero de 2024). *Significados*. Obtenido de

<https://www.significados.com/emisor/>

Mique, E. (31 de Agosto de 2015). *Mique.es*. Obtenido de

<https://www.mique.es/que-es-el-diseno-editorial/>

Mitjana, L. (26 de Marzo de 2020). *Psicología y Mente*. Obtenido de

<https://psicologiaymente.com/social/comunicacion-directa>

Morales, A. (6 de Junio de 2024). *Significados*. Obtenido de [https://www.significados.com/proceso-](https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/)

[de-comunicacion/](https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/)

N

Npic. (17 de Septiembre de 2021). *Npic*. Obtenido de

<https://npic.orst.edu/pest/index.es.html#:~:text=Las%20plagas%20son%20plantas%2C%20animales,hacer%20nuestras%20vidas%20m%C3%A1s%20dif%C3%ADciles.>

P

Peiró, R. (8 de Abril de 2021). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>

Peiró, R. (1 de Junio de 2021). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-indirecta.html>

Peréz, J. (13 de Marzo de 2024). *Definición.DE*. Obtenido de

<https://definicion.de/reticula/>

Planelles, J. (17 de Agosto de 2022). *Produccion GDp*. Obtenido de

<https://www.produccionesgdp.com/blog/produccion-audiovisual-que-es/>

Psicólogos, C. d. (Mayo de 2019). *Colegio de Psicólogos* . Obtenido de

<https://colegiodepsicologossj.com.ar/psicologia-audiovisual>

Q

Quezada, X. (19 de Noviembre de 2021). *OpenWebinars*. Obtenido de

<https://openwebinars.net/blog/que-es-adobe-creative-cloud/>

Quiroa, M. (1 de Noviembre de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

Quiroa, M. (12 de Enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>

R

Ribas, E. (16 de Octubre de 2014). *Ipanema*. Obtenido de

<https://www.ipanemacomunicacion.com/blog/que-es-psicologia-publicitaria>

S

Salago.design. (8 de Enero de 2020). *Salago.design*. Obtenido de

<https://www.salago.design/blog/que-es-un-video-corporativo-empresa>

Sánchez, J. (13 de Febrero de 2016). *Economipedia.com* . Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Santos, M. (21 de Enero de 2015). *Historia Arte*. Obtenido de [https://historia-](https://historia-arte.com/movimientos/informalismo)

[arte.com/movimientos/informalismo](https://historia-arte.com/movimientos/informalismo)

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

A. Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Cesia Gabriela Alfaro Flores
No de Carné	21003607
Teléfono	55857229
E-mail	gabyalfaro31072003@gmail.com
Proyecto	Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales para AF Fumigación Guatemala S.A.

Datos del cliente

Empresa	AF Fumigación Guatemala, S. A
Nombre del cliente	Mardoqueo
Teléfono	59267699
E-mail	gerenciaadministrativa@fumigacionguatemala.com
Antecedentes	A través del acercamiento con la empresa AF Fumigación Guatemala, S.A. Se identificó que no cuenta con un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales. Por lo que se planteó el siguiente objetivo , producir un video corporativo para dar a conocer a clientes actuales y potenciales los servicios de control de plagas que ofrece AF Fumigación Guatemala, S.A.

Oportunidad identificada	Cubertura a los 22 departamentos de Guatemala.
--------------------------	--

Datos de la empresa

Misión	Ser una empresa especializada en el control de plagas, utilizando los valores de la institución, para brindar satisfacción y tranquilidad a las partes interesadas.
Visión	Convertirnos en el mejor servicio de control de plagas a nivel nacional, con capital humano calificado, generando confianza a través de estrategias y planes de acción para satisfacer las necesidades de los clientes y colaboradores.
Delimitación geográfica	Se centra en el territorio de Guatemala, con un enfoque específico en cubrir las necesidades de control de plagas tanto en áreas urbanas como rurales dentro del país.
Grupo objetivo	Está dirigido a los clientes reales y potenciales que están conformados por hombres y mujeres de 25 a 65 años. Son personas con necesidad de adquirir un servicio de fumigación en su residencia o empresa.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	40 personas conformadas por hombres y mujeres de 25 a 65 años, ubicados en el área metropolitana, con un nivel socioeconómico desde el nivel B hasta el nivel C1
Competencia	En el mercado existen muchas empresas que ofrecen los mismos servicios, con diferencia de precios, aplicaciones de productos, etc. Dentro del mercado se pueden mencionar las siguientes: Trolex, Truly Nolen, Eliminex, Coprassa, entre otras.
Posicionamiento	AF Fumigación se posiciona como una empresa confiable y eficiente en el sector de fumigación en Guatemala, destacándose por la calidad de sus servicios de control de plagas. Utiliza productos de alta calidad y técnicas profesionales para garantizar resultados efectivos en hogares, empresas, restaurantes, industrias, etc.
Factores de diferenciación	AF Fumigación se distingue por cubrir emergencias las 24 horas los 365 días incluyendo departamentos, la prioridad siempre son los clientes para que puedan mantenerse en un ambiente libre de plagas.

Objetivo de mercado	Captar la atención de los clientes reales y potenciales a través del contenido audiovisual que se llevará a cabo con el fin de generar más ventas y que los clientes puedan sentirse con la seguridad de que se controlará las plagas que les están afectando en su residencia o empresa.
Objetivo de comunicación	Posicionar a AF Fumigación Guatemala, S.A para aumentar la visibilidad de los servicios que presta y establecer la confianza con los clientes actuales y potenciales.
Mensaje clave a comunicar	En AF Fumigación Guatemala, cubrimos las emergencias las 24 horas los 365 días del año, cuenta con 21 años de experiencia en fumigación corporativa, residencial e industrial.
Estrategia de comunicación	La estrategia de comunicación de AF Fumigación Guatemala, S.A se enfocará en utilizar contenido atractivo en sus redes sociales tales como; Facebook, Instagram, TikTok y Sitio Web, con el objetivo de mostrar a los clientes reales y potenciales los servicios que presta para los diferentes tipos de plagas. A través de estos medios se fomentará la interacción con los clientes generando confianza y mostrando los resultados, para atraer nuevos clientes.
Reto del diseñador	El principal reto del diseñador será crear un video corporativo profesional, llamativo y original para impactar a los clientes reales y potenciales, con el objetivo de generar más ventas al mercado.
Trascendencia	La tendencia en diseño para AF Fumigación Guatemala, S.A se enfocará en crear un material audiovisual corto en posición horizontal para ser publicado en la página Web, para mostrar la manera como se realiza un servicio de fumigación.
Materiales a realizar	Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales para AF Fumigación Guatemala S.A.
Presupuesto	El presupuesto estimado para la elaboración de un material audiovisual para AF Fumigación Guatemala, S.A. es de aproximadamente Q5,140.80 . Este monto cubrirá la investigación y grabación que se llevará a cabo.

Datos de la imagen gráfica

Logotipo



Colores



Hex: #ea0101
R: 234 G:1
C:0 M:98 Y:100

Tipografía

El logotipo de la empresa está conformado por la tipografía
Barlow SemiCondensed.

Forma

El logotipo comprende de forma circular

Anexo B. Tabla de Niveles Socioeconómicos

Tabla Niveles Socio Económicos
Actualización 2018

CARACTERÍSTICAS	1.80%		35.40%			62.80%		Indeterminado
	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	
	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	= de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	= de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuelas	Hijos en escuelas	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 clas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 clas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 clas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo C. Encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD

Facultad de Ciencias de la Comunicación
-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F

M

Edad

Experto

Cliente

Grupo objetivo

Nombre

Profesión

Puesto

Encuesta de Validación del proyecto de

Producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes

AF Fumigación fue fundada por el señor Carlos Flores. Inició en enero del 2003 cuenta con 21 años de experiencia en fumigación residencial, corporativa e industrial. Dispone de una cobertura a nivel nacional, es una empresa que opera las 24 horas los 365 días del año.

A través del acercamiento con el cliente se determinó que la empresa no cuenta con un video corporativo para dar a conocer a clientes reales y potenciales de lo que ofrece

Instrucciones

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco

Parte Objetiva:

1. ¿Considera importante y necesario la producción de un video corporativo para dar a conocer los servicios de control de plagas dirigido a clientes actuales y potenciales, para AF Fumigación Guatemala S.A.?

SI ____ NO ____

2. ¿Considera necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con producción de videos corporativos para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa?

SI ____ NO ____

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre la empresa AF Fumigación Guatemala por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información al video corporativo?

SI ____ NO ____

4. ¿Considera necesario grabar video corporativo para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa a los clientes reales y potenciales?

SI ____ NO ____

Parte Semiológica

1. Considera que la tendencia de video corto para dar a conocer los servicios de la empresa es

Muy apropiado ___ Poco apropiado ___ Nada apropiado ___

2. Considera que la música de fondo es

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

3. Considera que la narración en el video es

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

4. Considera que las escenas grabadas son

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

Parte operativa

1. Considera que la orientación horizontal del video es

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

2. Considera que la distribución de grabación de escenas es

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

3. Considera que la visualización del video corporativo en el sitio web es

Muy funcional ___ Poco funcional ___ Nada funcional ___

4. Considera que la duración del video corporativo es

Muy adecuado ___ Poco adecuado ___ Nada adecuado ___

Gracias por responder a esta encuesta sus comentarios serán de ayuda para la mejora de la propuesta.

Anexo D. Validación de los expertos en Comunicación

Validación Licenciada Carmen Aguilar

 **Cesia Gabriela Alfaro Flores** mié, 4 sept, 12:33 ☆
Buena tarde lic le adjunto el link de mi encuesta https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfw7AzizON54rWh_GxMuJhfHrtgtSC27Vd065XyTRvm8OW2eg/viewform?usp=sf_lin

 **Carmen Andrea Aguilar Flores** jue, 5 sept, 17:25 ☆
Buenas tardes, Confirмо de recibido y que su proyecto de graduación ya fue validado. Saludos, Licda. Andrea Aguilar

 **Cesia Gabriela Alfaro Flores** <cesia.alfaro@galileo.edu> jue, 5 sept, 18:16 ☆ ↩ ⋮
para Carmen ▾
Muchas gracias lic 🙏
⋮

Validación Licenciada Karla Lopez



Validación Licenciado Arnulfo Guzman

 **Cesia Gabriela Alfaro Flores** mié, 4 sept, 12:32 ☆
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfw7AzizON54rWh_GxMuJhfHrtgtSC27Vd065XyTRvm8OW2eg/viewform?usp=sf_link Buena tarde Lic le adjunto mi encuesta

 **Arnulfo Guzman** jue, 5 sept, 11:36 ☆
Listo Cesia, espero que le vaya bien con su proyecto de graduación.

 **Cesia Gabriela Alfaro Flores** <cesia.alfaro@galileo.edu> jue, 5 sept, 11:48 ☆ ↩ ⋮
para Arnulfo ▾
Muchas gracias por su ayuda Lic 🙏
⋮

Validación Licenciado Christian López

Validación de proyecto de graduación Recibidos x



Cesia Gabriela Alfaro Flores <cesia.alfaro@galileo.edu>
para Christian ▾

mié, 4 sept, 12:34

Buena tarde lic le adjunto el link de mi encuesta

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfw7AzIzON54rWh_GxMuJhHfHrIgtSC27Vd065XyTRvm8OW2eg/viewform?usp=sf_link



Christian Emmanuel López Rossell <christian.rossell@galileo.edu>
para mí ▾

vie, 6 sept, 14:45

Estimada Cesia

He respondido a tu cuestionario, muchas gracias por permitirme formar parte de tu proyecto

Sigue adelante, excelent trabajo

Anexo E. Cotizaciones

Cotización Hugo Morán (Auxiliar de SOY502)



Cotización para Proyecto Reel - AF Fumigación Guatemala, S.A.

Cliente: AF Fumigación Guatemala, S.A.
Proyecto: Reel 48 seg

Descripción del Proyecto:

Este proyecto consiste en la creación de un reel corporativo de 48 seg.

Detalles del Presupuesto:

Pre-Producción	Q 200.00
Producción	Q 1000.00
Post-Producción	Q 800.00
Total	Q 2,000.00

Plazo de Entrega: Se entrega el corte final 8 días después de la grabación y posee una cantidad de 3 cambios.

Demo Reel:
<https://vimeo.com/896988933>

Cotización Gary Evanz (director de contenido digital)

COTIZACIÓN PRODUCCIÓN DIGITAL-YOUTUBE

Nombre	AFSA FUMIGACION	Fecha	10 Nov. 2024
Contacto	cesialfaro@afsa.com	Cotización	1110002024

CANT	NOMBRE	DESCRIPCION	MONTO
	Producción	Producción de pieza promocional digital de 48 segundos.	
	DESGLOSE		
2	Crew	Productor y Asistente	750
7	Casting		700
	Props	Automóvil y equipo de fumigación	1200
1	Locación		500
	Equipo fotografía	Cámara dslr, óptica, trípode, baterías cámara, memoria SD, par de lámparas.	800
	Post Producción	Montaje, musicalizaron, voz en off (Pieza final HD MP4 de 48 segundos)	800
		SUBTOTAL	4750
	Gastos administrativos	Gestión administrativa, financiera y técnica.	1425
		SUBTOTAL	6175
	Impuestos	Iva, timbre de presna	771.875
		TOTAL	6946.875

Cotización USB Office Depot

Office DEPOT. Mis productos 0,00

Categorías Ubicar tienda > BSD > Ventas Corporativas > ♥ 👤

🏠 Categoría > Todas > Cómputo > Cables > Hub USB's > USB MAXELL A005496



USB MAXELL A005496
SKU: 1305000205

Precio exclusivo online:
Q85.95

Cantidad

Comprar y enviar a domicilio

Comprar y recoger en tienda