

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Guatemala, Guatemala. 2021

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Sharon Marilyn Jeannette De León Archila

Carné 17011901

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Proyecto de graduación:

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Guatemala, Guatemala 2021.

Elaborado por:

Sharon Marilyn Jeannette De León Archila

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021.

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza, M.Sc.

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 13 de abril de 2020

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

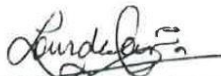
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS TEXTILES Y SERVICIOS DE FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SASTRERIA Y CONFECCIÓN DE LA EMPRESA SAETA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Sharon Marilyn Jeannette De León Archila
17011901



Ms.C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

Señorita:
Sharon Marilyn Jeannette De León Archila
Presente

Estimada Señorita De León:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS TEXTILES Y SERVICIOS DE FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SASTRERIA Y CONFECCIÓN DE LA EMPRESA SAETA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora 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, 11 de diciembre de 2020

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 MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS TEXTILES Y SERVICIOS DE FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SASTRERIA Y CONFECCIÓN DE LA EMPRESA SAETA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante Sharon Marilyn Jeannette De León Archila, con número de carné: *17011901*, 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,

Ms.C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de febrero de 2021

**Señorita
Sharon Marilyn Jeannette De León Archila
Presente**

Estimada Señorita De León:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

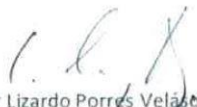
Ciudad de Guatemala, 03 de marzo de 2021.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **"PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS TEXTILES Y SERVICIOS DE FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SASTRERÍA Y CONFECCIÓN DE LA EMPRESA SAETA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA. 2021"**, de la estudiante Sharon Marilyn Jeannette De León Archila, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porres Velázquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 19 de abril de 2021

Señorita:
Sharon Marilyn Jeannette De León Archila
Presente

Estimada Señorita De León:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS TEXTILES Y SERVICIOS DE FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SASTRERIA Y CONFECCIÓN DE LA EMPRESA SAETA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Sharon Marilyn Jeannette De León Archila, 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, porque sin su presencia, amor, favor, gracia y misericordia, no hubiera sido posible culminar esta etapa académica; a Él le debo todo lo que soy y lo que tengo, entre ello, mi carrera universitaria.

A mis padres, Henry De León y Mildred Archila, por enseñarme a trabajar con esfuerzo por cumplir cada sueño y meta, brindándome su apoyo y amor incondicional, permitiéndome honrarlos con este logro.

A mi abuela Antonieta Ortíz, aunque ya no esté conmigo, ella y sus enseñanzas siempre estarán presentes en mi vida y corazón, quien con amor dedicó su tiempo y cuidado por formar la persona que soy.

A mi tía Elvia Archila, por todo el cariño, amor y apoyo dado a lo largo de mi vida, así como sus consejos y palabras de ánimo para culminar este proyecto.

A mi hermano Bryan De León, por ser un ejemplo de liderazgo verdadero. Además de brindarme con paciencia numerosas enseñanzas, experiencias y la oportunidad de transformar mi vida por medio del servicio.

A mis hermanas, Aylin De León y Ashley De León, por el ánimo brindado, además de ser la inspiración y motivación a convertirme en mejor persona y un ejemplo de que todo lo que se propongan es posible.

A mis catedráticos y autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por prepararme profesionalmente, a través de sus conocimientos y experiencias brindadas. Y a Universidad Galileo, que además de brindarme educación profesional a lo largo de cuatro años, me dio la oportunidad de ser colaboradora en esta distinguida casa de estudios.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa SAETA, S.A., se identificó que no cuenta con la producción de un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

Por lo que se planteó el objetivo de producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se elaboró la producción un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Se recomendó que además de publicar el contenido en la página oficial de la empresa, se invierta en publicidad a través de Facebook ads, para tener mayor alcance de usuarios, asimismo atraer a nuevos clientes.

Para efectos legales únicamente la autora, Sharon Marilyn Jeannette De León Archila, es responsable del contenido de este proyecto, debido que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
Capítulo II: Problemática	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	2
2.3 Justificación	3
Capítulo III: Objetivos del diseño	6
3.1 El objetivo general	6
3.2 Los objetivos específicos	6
Capítulo IV: Marco de referencia.....	7
4.1 Información general del cliente	7
4.2 Dirección.....	7
4.3 E-mail.....	7
4.4 Teléfono	7
4.5 Contacto	7
4.6 Celular.....	7
4.7 Antecedentes.....	7
4.8 Oportunidad identificada	8
4.9 Misión	8
4.10 Visión.....	8
4.11 Delimitación geográfica.....	8
4.12 Grupo objetivo	8
4.13 Principal beneficio a grupo objetivo.....	8

4.14 Competencia	8
4.15 Posicionamiento	8
4.16 Factores de diferenciación	9
4.17 Objetivo de mercadeo	9
4.18 Objetivo de comunicación	9
4.19 Mensajes clave a comunicar	9
4.20 Estrategia de comunicación	9
4.21 Reto del diseño y trascendencia.....	9
4.22 Materiales a realizar	10
4.23 Presupuesto	10
4.24 Isologo de SAETA, S.A.....	10
4.25 Organigrama de SAETA, S.A.....	11
4.26 Análisis FODA.....	11
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	12
5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico	12
5.3 Perfil Psicográfico.....	12
5.4 Perfil conductual	13
Capítulo VI: Marco teórico	14
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	15
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	21
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	30
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	30

7.2	Conceptualización.....	33
7.3	Bocetaje.....	30
7.4	Propuesta Preliminar.....	43
Capítulo VIII: Validación técnica		49
8.1	Población y muestreo.....	49
8.2	Método e instrumentos.....	50
8.3	Resultados e interpretación de resultados	51
8.4	Cambios con base a resultados	65
Capítulo IX: Propuesta gráfica final		73
9.1	Storyboard de la propuesta gráfica final	73
9.1	Storyboard de la propuesta gráfica final	74
9.2	Propuesta gráfica final de SAETA, S.A.....	75
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución		76
10.1	Plan de costos.....	76
10.2	Plan de costos de producción.....	76
10.3	Plan de costos de reproducción.....	76
10.4	Plan de costos de distribución.....	77
10.5	Cuadro de resumen	77
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....		78
11.1	Conclusiones.....	78
11.2	Recomendaciones	79
Capítulo XII: Conocimiento general.....		80
12.1	Infografía.....	80
Capítulo XIII: Referencias		81

13. Referencias de documentos electrónicos	81
Capítulo XIV: Anexos	88
Anexo A: Tabla del grupo objetivo de SAETA, S.A.....	88
Anexo B: Tabla de niveles socioeconómicos Multivex 2015.....	89
Anexo C: Tabla de tendencias de vídeo 2020.....	90
Anexo D: Tabla de requisitos	91
Anexo F: Instrumento de validación digital en Google Forms	92
Anexo G: Instrumento de validación	93
Anexo H: Encuesta aplicada a expertos.....	96
Anexo H: Encuesta aplicada a cliente.....	99
Anexo H: Encuesta aplicada a grupo objetivo.....	100
Anexo I: Fotografía o evidencia digital de validación con expertos.	101
Anexo I: Fotografía o evidencia digital de validación con el cliente	104
Anexo J: Cotizaciones.....	105
Anexo K: Investigación	108

Capítulo I

Introducción

Capítulo I: Introducción

La empresa SAETA, S.A. fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar de vestimenta personal, uniformes laborales, estudiantiles e impermeables.

Actualmente se encuentra ubicada en la 13 avenida “B” 9-55 zona 21, colonia Bello Horizonte Apartamento 4, Guatemala, Guatemala. Sin embargo, carece de material audiovisual que promueva a sus productos y servicios, por lo que pierde la oportunidad de atraer clientes reales y potenciales.

Ante este problema, se elaborará un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, todos los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Al determinar los objetivos del proyecto, se elaborará un marco teórico que contenga conceptos de comunicación y diseño, ciencias, artes, teorías y tendencias actuales que guíen y respalden científicamente la correcta elaboración del mismo.

Para la obtención del concepto creativo que definirá la idea del material audiovisual, se utilizará el método de “Mapa mental”. Con ello, se procederá a bocetar, digitalizar y elaborar una propuesta preliminar del proyecto que, se validará con el cliente, expertos en comunicación y diseño y grupo objetivo.

De acuerdo a los resultados de la validación, se harán los cambios respectivos en el material audiovisual, con el fin de cumplir con los objetivos planteados y promoverá los productos y servicios de la empresa SAETA, S.A, de forma estética y funcional.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II: Problemática

SAETA, S.A. carece de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, todos sus productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección a los usuarios, por lo que pierde la oportunidad de atraer clientes reales y potenciales.

2.1 Contexto

La empresa fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, se dedica a la elaboración de diversos productos textiles, tales como vestimenta personal, uniformes laborales, estudiantiles e impermeables. Actualmente se encuentra ubicada en la 13 avenida “B” 9-55 zona 21, colonia Bello Horizonte Apartamento 4, Guatemala, Guatemala.

Sin embargo, SAETA, S.A. no cuenta con un encargado de gestionar y promocionar la marca en medios digitales, ni la elaboración de materiales audiovisuales.

Por tanto, la falta de materiales de comunicación visual y una estrategia que informe eficaz y efectivamente a los clientes, determinó la creación de un material audiovisual que, será de beneficio para la organización, donde se podrán atraer clientes reales y potenciales para promover en ellos, sus productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

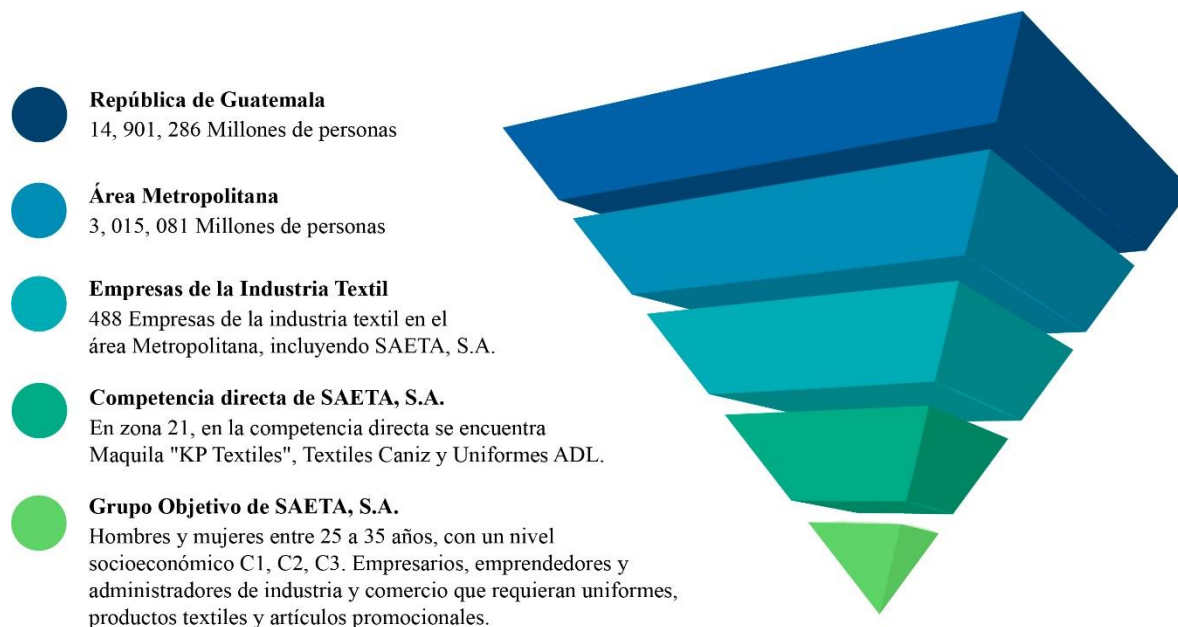
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

SAETA, S.A. no cuenta con la producción de un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que 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.

2.3.1. Magnitud.



La empresa se encuentra en la República de Guatemala, una superficie de 108.889 km², donde según los resultados del censo realizado en el año 2018, el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2018), en Guatemala indica que, hay 14, 901, 286 millones de habitantes.

En ello habitan 3,015,081 personas en el área metropolitana y hay 488 empresas relacionadas a la industria textil, según Páginas Amarillas, entre estas SAETA, S.A., cuentan con clientes reales y potenciales que interaccionan con las redes sociales.

2.3.2. Vulnerabilidad. En caso SAETA, S.A. no optará por la elaboración de la producción del material audiovisual de su marca, al ser este un vídeo promocional de sus productos textiles y servicios de sastrería y confección, perdería la oportunidad de crecer en las redes sociales, a su vez de atraer clientes reales y potenciales, y no podrán adquirir lo que se comercializa.

2.3.3. Trascendencia. Actualmente, más del 50% de consumidores prefieren ver videos acerca de sus marcas preferidas, que cualquier otro tipo de contenido.

Por lo que, la producción audiovisual es ideal para promover los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección que ofrece SAETA, S.A. a través de las redes sociales Facebook e Instagram, con el objetivo de atraer mayor clientela a la organización. Asimismo, presentar y posicionar la empresa al grupo objetivo.

2.3.4. Factibilidad. La creación de un material audiovisual es factible, debido que cuenta con recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que permitirán hacer posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Cada miembro de SAETA, S.A. cuenta con el capital humano adecuado, con la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo, elaboración y producción de productos textiles y servicios que se desarrollan dentro de la empresa.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El gerente de la empresa, Oscar Tavico, autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la organización para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. SAETA, S.A. cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con el equipo de grabación profesional y los softwares especializados (Adobe Premiere Pro, After Effects y Media Encoder) para la edición, manipulación estratégica y renderización de la producción audiovisual del proyecto de graduación.

Capítulo III

Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Guatemala, Guatemala. 2021

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda información indispensable acerca la ocupación de la empresa SAETA, S.A. y los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección, que ofrece a sus clientes reales y potenciales, con el fin de incluirla estratégicamente en el material audiovisual.

3.2.2 Investigar términos, conceptos y tendencias de vídeo y proceso de producción fundamentales, por medio de fuentes bibliográficas y sitios web que respalden científicamente la propuesta del material audiovisual que será visto por su grupo objetivo.

3.2.3 Crear un guion técnico y storyboard para visualizar y planificar la colocación de los elementos, planos y movimientos de cámara, durante la dirección del proyecto audiovisual que se le propondrá a la empresa SAETA, S.A.

3.2.4 Editar el material audiovisual a través de los softwares especializados como Adobe Premiere, After Effects y Media Encoder, para atraer a los usuarios de las redes sociales Facebook e Instagram.

Capítulo IV

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1 Nombre del cliente (empresa). SAETA, S.A.

4.2 Dirección. Avenida 13 B 9-55 zona 21, colonia Bello Horizonte, Apartamento 4, Guatemala, Guatemala.

4.3 E-mail. ventas.saetagt@gmail.com

4.4 Teléfono. (502) 24487271.

4.5 Contacto. Oscar Tavico, propietario de SAETA, S.A.

4.6 Celular. (502) 59432344.

4.7 Antecedentes.

La empresa fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, que se dedica a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta. Actualmente se encuentra ubicada en la 13 avenida “B” 9-55 zona 21, colonia Bello Horizonte Apartamento 4, Guatemala, Guatemala.

Sin embargo, SAETA, S.A. no cuenta con un encargado de gestionar y promocionar la marca en medios digitales, ni la elaboración de materiales audiovisuales.

Por tanto, la falta de materiales de comunicación visual y una estrategia que informe eficaz y efectivamente a los clientes, determinó la creación de un material audiovisual que, sería de beneficio para la organización, donde se podrán atraer clientes reales y potenciales para promover en ellos, sus productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

4.8 Oportunidad identificada. SAETA, S.A. actualmente se ha dado a conocer por medio de referencias y reseñas positivas de clientes reales, sin embargo, carece de impacto visual y contenido en las redes sociales Facebook e Instagram, por lo que, se detectó que no cuenta con un material audiovisual que promueva todos sus productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección, que le permita alcanzar a clientes reales y potenciales.

4.9 Misión. Ser eficientes en consumo de recursos, calidad de confección, tiempo de entrega y control de calidad mejorando nuestra competitividad.

4.10 Visión. Proveer productos textiles que satisfagan las necesidades y estándares de nuestros clientes.

4.11 Delimitación geográfica. Zona 21 de Guatemala, Guatemala.

4.12 Grupo objetivo. Hombres y mujeres entre 25 a 35 años, con un nivel socioeconómico C1, C2 y C3. Empresarios, emprendedores y administradores de industria y comercio que requieran uniformes, productos textiles y artículos promocionales.

4.13 Principal beneficio a grupo objetivo. Productos con altos estándares de calidad y normas internacionales.

4.14 Competencia. En zona 21 de Guatemala, Guatemala, dentro de la competencia directa se encuentra Maquila “KP Textiles”, Textiles Caniz y Uniformes ADL.

4.15 Posicionamiento. En el área local de SAETA, S.A., se ha dado a conocer la empresa y ha alcanzado clientes reales y potenciales, debido a referencias y reseñas positivas de personas de la comunidad, gracias a la experiencia y satisfacción que entrega en sus productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

4.16 Factores de diferenciación. Altos estándares de calidad, personalización y durabilidad en los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

4.17 Objetivo de mercadeo. Captar y fidelizar clientes, por medio de su satisfacción, experiencia y superación de expectativas, a través del consumo de los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección personalizados con altos estándares de calidad y durabilidad de SAETA, S.A.

4.18 Objetivo de comunicación. Promover las cualidades, beneficios y experiencia que ofrece los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa, por medio de la publicidad de boca en boca, buenas referencias y reseñas de clientes actuales.

A su vez, pretende alcanzar clientes reales y potenciales, a través de la creación de contenidos en las redes sociales Facebook e Instagram.

4.19 Mensajes clave a comunicar. Calidad, personalización y durabilidad.

4.20 Estrategia de comunicación. Por medio de la creación de contenidos en las plataformas Facebook e Instagram, SAETA, S.A. pretende promover las cualidades, beneficios y experiencia que ofrece los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección.

4.21 Reto del diseño y trascendencia. A través del reto de diseño, no sólo se pretende elaborar la producción del material audiovisual, sino la conceptualización, dirección de arte, fotografía y estética visual de este, que permita una comprensión asertiva y la transmisión de una imagen de calidad, con el fin de captar la atención e interés de los usuarios de las redes sociales Facebook e Instagram.

4.22 Materiales a realizar. Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

4.23 Presupuesto. Indefinido.

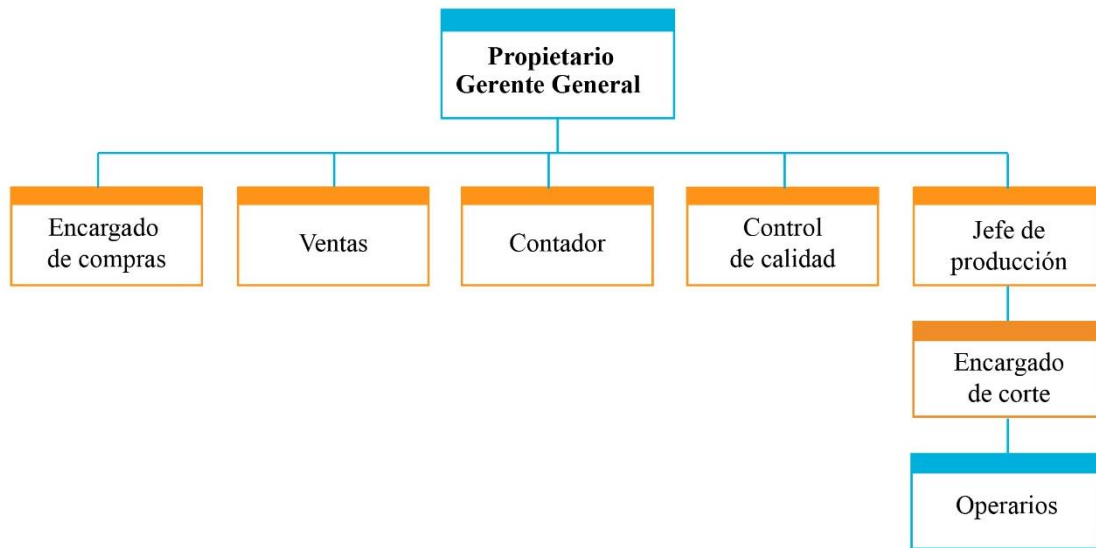
4.24 Isologo de SAETA, S.A.



Isologo de SAETA, S.A. (2020).

El isologo de SAETA, S.A. está realizado con una tipografía san serif, basado en el nombre comercial de la empresa, con la unión de una flecha en dirección derecha para representar y generar una mayor connotación del significado de su nombre. Los colores institucionales son el celeste, que evoca sentimientos de calma o serenidad, confianza, estabilidad y fiabilidad, y el anaranjado transmite alegría, diversión, entusiasmo y exaltación.

4.25 Organigrama de SAETA, S.A.



Organigrama de SAETA, S.A. (2020).

4.26 Análisis FODA.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Materia prima de calidad. - Importación con estándares de calidad y normas internacionales. - Variedad y durabilidad de productos textiles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sectores económicos con alta demanda de productos textiles como uniformes, identificativos institucionales entre otros, que requieran materiales de alta calidad. - Adquirir mayor maquinaria y equipo indispensable. - Posicionarse en el mercado del área textil en la delimitación geográfica donde se encuentra.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - No contar con parte de maquinaria indispensable. - Necesidad de subcontratar a falta de capacidad y experiencia en elaboración de productos. - No cuenta con presencia de la marca en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precios de materia prima sujetos a inflación y cambio monetario por dólar. - Amplia competencia que genera precios bajos en el mercado. - Clientes no dispuestos a pagar por productos de estándares de calidad.

Capítulo V

Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo a quien va dirigido la producción del material audiovisual de la empresa SAETA, S.A., son hombres y mujeres entre 25 a 35 años, del área metropolitana de Guatemala, con un nivel socioeconómico C1, C2 y C3. Que desempeñan cargos de empresarios, emprendedores y administradores de industria y comercio que requieran uniformes, productos textiles y artículos institucionales.

5.1 Perfil geográfico

La ubicación geográfica del grupo objetivo se encuentra en región metropolitana de Guatemala, con una extensión territorial de 2.253 km² y 3,015,081 habitantes según los resultados del Censo 2018 por el Instituto Nacional de Estadística en Guatemala (INE, 2018), con una densidad de 1,681 de la población, y un clima mayoritariamente templado o cálido.

5.2 Perfil demográfico

Perfil demográfico del grupo objetivo			
Género	Hombres y mujeres.	Propiedades	Rentadas o financiadas de tres a una recámara, dos baños y garaje con espacio para dos vehículos.
Edad	Entre 25 a 35 años.		
Nivel Socioeconómico	C1, C2 y C3, con ingresos devengados de Q 25,600.00 a Q 11,900.00	Bienes de comodidad	Teléfono fijo, celulares, televisores con cable, Internet y electrodomésticos básicos.
Desempeño	Ejecutivos de nivel medio, empresarios, emprendedores, comerciantes, vendedores y dependientes.	Educación hijos	Sus hijos menores suelen realizar sus estudios en colegios privados. Los mayores en universidades privadas o estatales, con la oportunidad de educarse en el extranjero por medio de una beca.
Educación	Universitario superior y de licenciatura.		
Vehículos	Compactos entre 3 a 10 años.		

Ver Anexo A y B: *Tabla de niveles socioeconómicos Multivex 2015.*

5.3 Perfil Psicográfico

El perfil psicográfico del grupo enfocado de SAETA, S.A., tiende a divertirse en el cine, parques locales y temáticos, centros comerciales, restaurantes, bares o en el estadio.

Normalmente, mantienen hábitos de lectura, suelen escuchar música, ver series o películas en plataformas de streaming, como Netflix, HBO o Amazon Prime video. Les agrada tener presencia activa en las redes sociales.

A este grupo se le caracteriza por tener una personalidad extrovertida, ambiciosa, racional, exigente, dominante, analítica, abierta y segura de sí misma, suelen estar informados de sucesos actuales, prefiere ver contenido en formatos de vídeo, fotografías o infografías en redes sociales, a su vez, muestra interés por artículos de noticiosos e informes o investigaciones.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo adquiere los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A., solamente si le es necesario, debido que se catalogan como compradores racionales, por lo que, piensan en todos los factores antes de generar un consumo, especialmente en la calidad, las ventajas del producto o servicio que desean adquirir.

Generalmente, este tipo de personas evalúan la necesidad de compra o si prefiere posponerla, por lo que este grupo solamente realiza actos de consumo pensados y organizados. Constantemente, su forma de pago suele ser por medio de tarjetas de crédito, débito o bien, a través de cheques.

Por lo tanto, su expectativa de calidad ante cualquier producto o servicio de SAETA, S.A., es sumamente alto, debido que muchos de ellos, compran en representación de una empresa o de su propio negocio, donde velarán por cuidar la imagen y marca de la organización, con productos de máxima calidad, imagen y durabilidad.

Capítulo VI

Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Productos textiles. Son aquellos que están compuestos por un mínimo de 80% de fibras textiles, pueden encontrarse en bruto, semielaborados, elaborados, semifabricados, facturados, semiconfeccionados o confeccionados, donde atravesarán proceso de mezcla. (Consumo Responde, 2020)

6.1.2 Fabricación. Se entiende por elaborar o producir objetos en serie, usualmente por medio de aparatos mecánicos. (Real Academia Española, 2020)

6.1.3 Distribución. Es el conjunto de actividades que permite entregar los productos de una organización a puntos estratégicos de venta o plazas donde serán ofrecidos o se pondrán a la venta y disposición del público y consumidores. (Kamiya, 2019)

6.1.4 Comercialización. Es la acción de vender un producto o servicio, dándole las condiciones comerciales necesarias para su proceso y proporcionándole las vías de distribución correctas que permitan su entrega al público final. (Caurin, 2018)

6.1.5 Sastrería. Se entiende por el oficio y ocupación de sastre en un taller, local, tienda o establecimiento, donde confecciona y arregla trajes y vestimenta, mayormente del género masculino. (Definiciona, 2020)

6.1.6 Confección. Es aquella hechura de prendas de vestir o vestuario que se venden hecho, generalmente se fabrica en serie, a diferencia de los que se encargan a medida. (Real Academia Española, 2020)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Se define como el proceso de intercambio de información, donde se establece un tipo de relación social con los individuos que interactúa. De este modo, se trata de una acción dinámica y sistemática, con el objetivo de que las personas comprendan y compartan opiniones o posturas según el caso.

Por lo tanto, la comunicación es un intercambio de ideas a través de un mensaje elaborado con signos, desarrollados en un contexto y enviados por medio de un canal, entre un emisor y receptor, con la finalidad de obtener retroalimentación. En este, participan dos o más personas, con la capacidad de enviar, decodificar e interpretar los códigos intercambiados. (Morales, 2020)

6.2.1.2 Comunicación audiovisual. Se entiende como la transmisión de ideas y mensajes en formatos audiovisuales, como aquellos que incluyen imágenes y audio, por medios tecnológicos. Éstos se componen con imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas. Asimismo, incluyen elementos sonoros, como el ruido, la música, el silencio y el sonido.

Esta, involucra sensorialmente al receptor a través de sentidos visuales y auditivos. Durante su elaboración, se acuerdan y reconocen normas y símbolos previos entre el emisor, quién normalmente es una productora, y el receptor, que se denominaría la audiencia, telespectadores u oyentes.

Este tipo de comunicación, maneja su propio lenguaje y códigos, que varían según el objetivo general del producto audiovisual o multimedia. Estos productos, pueden ser de carácter noticioso, publicitario o artístico. A su vez, se sustentan de creatividad y deben tener la capacidad de informar, entretener, educar, captar audiencias y construir públicos.

La comunicación audiovisual debe transmitir contenido claro y riguroso. Además, debe ser apto para pautarse en distintas plataformas y formatos. Por lo que, cada vez los productos se elaboran para medios offline y online, donde permiten la interacción de audiencias. (Centro Universitario de Comunicación, 2020)

6.2.1.3 Comunicación corporativa. Son las acciones por donde una organización comunica a distintas audiencias, estas pueden ser clientes, proveedores, accionistas, el público general u otras empresas públicas y privadas. Tiene la finalidad de mejorar la reputación de la compañía, al mostrar sus beneficios y ventajas competitivas, basadas en la comunicación acorde a las necesidades de cada actividad.

Es aquella que, contribuye al óptimo funcionamiento de la empresa, debido que adquiere un rol protagónico en la organización, donde permite que la comunicación sea más accesible con los consumidores. Además, brinda coherencia a la identidad corporativa y gestiona correctamente la información interna y externa.

Por medio de ella, se logra mediar con los medios de comunicación, manejar las relaciones públicas, a través de publicitar seleccionados productos o servicios, donde se gestiona la opinión pública y la imagen de la empresa, por medio de diferentes canales, como las redes sociales. Asimismo, permite una correcta comunicación interna con el personal de la organización y cuida su reputación. (ESERP, 2020)

6.2.1.4 Identidad corporativa. Es aquella que, se compone por los detalles intangibles y tangibles que definen la personalidad de una empresa, en ella se encuentra la filosofía, misión visión, valores, tono y estilo de comunicación propio de la organización, como también sus productos y servicios. Éstos deben desarrollarse por medio de un mismo hilo conductor, que consolide y facilite la experiencia de una marca única.

La identidad corporativa conlleva el nombre de la empresa, y se desarrolla por medio del conjunto de elementos visuales y verbales. En los elementos visuales se encuentra la identidad visual corporativa, que incluye todos los elementos de forma gráfica que identifican a la marca. (Nuño, 2017)

6.2.1.5 Imagen corporativa. Es la esencia visual de una marca, por medio de un trabajo específico y concreto de diseño, que normaliza una serie de recursos gráficos, con la finalidad de reflejar, expresar y transmitir los valores de la compañía.

De modo que, la imagen corporativa define fielmente los valores y filosofía de la empresa, a través de una imagen. Esta pudo transmitirse en la mente del consumidor, como una idea o concepción que se concreta de la compañía, por medio de algún anuncio publicitario, logo, eslogan o música. Por lo tanto, la concepción psicológica de la marca se basa en la opinión positiva y negativa que forman los consumidores. (Nuño, 2017)

6.2.1.6 Redes Sociales. Estas se definen como un conjunto de vínculos de personas que se relacionan entre sí, por temas comerciales, de amistad, trabajo, entretenimiento o parentesco. Estas personas se encuentran por medio de un entorno virtual, que se han convertido en sitios web, conformados por comunidades de individuos con similitudes y cosas en común.

Actualmente, las redes sociales le otorgan protagonismo a los usuarios y comunidades por los que se conforman, donde se facilita su comunicación e intercambio de información, fotos, vídeo y otros formatos. A su vez, ha ampliado su red, al permitir conocer personas nuevas. Por lo tanto, la red tiene como finalidad conectar a los usuarios dentro de un contexto virtual, para construir nuevas conexiones sociales o mantener las existentes. (Obeso, 2020)

6.2.1.7 Harold Dwight Lasswell. Fue considerado pionero de la ciencia política y de las teorías de la comunicación. Además de ser sociólogo estadounidense, también trabajó como profesor en la Universidad de Yale y director de la división experimental para el estudio de la comunicación en tiempos de guerra. Se dedicó a investigar los efectos de la propaganda, donde principalmente analizó las élites políticas de distintas partes del mundo, que le permitió orientar a los gobiernos para combatir las crisis de la época.

Al estudiar temas relacionados con la comunicación y política, se convirtió en el autor de una forma apropiada para describir un acto de comunicación, al responder a las siguientes preguntas “¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto?”, uno de los esquemas principales en los análisis de contenido para la sociología de la comunicación. Por lo tanto, es considerado uno de los padres fundadores de la Mass Communication Research junto a Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin y Carl Hovland. (Comunicólogos, 2020)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Es la actividad de proyectar y encontrar formas para la resolución de problemas, por medio de soluciones prácticas. La estrategia, la plástica y las comunicaciones son ramas del conocimiento que se aplican en él.

Por lo tanto, se entiende como diseño el proceso o ciencia que, tiene como función solucionar algún problema de cualquier carácter. También se le amerita el plantear un proyecto y hacer la planificación correspondiente. (Ferreira, 2017)

6.2.2.2 Diseño Gráfico. Es la profesión dedicada a crear diseños a base de la creatividad, para comunicar mensajes o ideas de una manera única, con la finalidad de captar y atraer a un determinado público objetivo. Estos mensajes visuales son elaborados por medio del arte, ideas, colores, objetivos dirigidos a un mercado meta.

Algunas habilidades desarrolladas en esta rama, son la elaboración de ideas creativas y originales, la comprensión de colores, formas, tipografías y su debida estructura y composición, el dibujo basado en diferentes técnicas, así como, el desarrollo crítico y detallista de cada trabajo. A su vez, permite la transformación de conocimientos gráficos, editoriales, publicitarios y audiovisuales en diseños creativos funcionales.

Usualmente, para su realización se utilizan distintos programas y softwares especializados en diseño digital para diagramar, montar, editar, ilustrar, producir y retocar elementos gráficos, visuales, fotografías y vídeos. (Miralles, 2020)

6.2.2.3 *Diseño Textil.* Es la creación de diseños estampados, tejidos y géneros de punto, alfombras y revestimientos de paredes. Además, se basa en las últimas tendencias de la moda, donde los diseñadores textiles requieren capacidad y conocimiento especializado sobre el comportamiento y uso de los distintos tipos de tejidos.

Para su elaboración se necesita comprensión de los procesos de producción y limitaciones, como el desarrollo de habilidades artísticas y creativas, conocimientos de texturas, patrones, tintes, hilos, colores, formas y softwares de diseño. Asimismo, implementar técnicas de investigación, comunicación, presentación y negociación, resolución de problemas y trabajar mediante plazos y presupuestos, basados en la organización y administración. (Educaweb, 2020)

6.2.2.4 *Diseño Publicitario.* Es una rama del diseño gráfico que, funciona como herramienta de máxima creatividad entre el diseño y la publicidad. Esta se encarga de generar contenido visual, con la finalidad de insertar en sus diseños y artes, gráficos, signos y símbolos para la transmisión de mensajes, ideas, emociones o sensaciones específicas.

A su vez, permite la comunicación y conexión con la audiencia, así como generar su empatía, deseo de compra u otros propósitos y objetivos de la marca. Por lo tanto, el diseño publicitario es el medio y fin de la comunicación visual de una marca, donde permite la mejora de la comunicación empresarial, por medio de la fidelización de los empleados y mejorar el sentido de pertenencia, a través de una campaña interna para relacionarse con otras áreas de la empresa. (Einatec, 2020)

6.2.2.5 Diseño Multimedia. Es una especialidad del diseño gráfico, donde el internet ha influenciado fuertemente en su evolución, por medio de los videojuegos y otros medios digitales que requieren del diseño como medio de expresión e imagen. Para su elaboración, es necesario tener capacidad de crear animaciones 2D y 3D, efectos especiales, medios interactivos para cine, sitios web, publicitarios, vídeos, medios interactivos, audio, tecnologías móviles y comerciales.

Durante su desarrollo, se utiliza el audio e imagen en movimiento, con softwares especializados de diseño y edición, para el envío del mensaje. Esto permite captar la mayor atención del público objetivo. (Universidad UNIACC, 2020)

6.2.2.6 Richard Buckminster Fuller. Fue un arquitecto, visionario, inventor y diseñador de Estados Unidos. Además, fue profesor en la Universidad del Sur de Illinois Carbondale y un prolífico escritor, quién decía que, “Para mí la palabra “diseño” puede significar tanto un concepto metafísico sin autoridad como una norma física. Me inclino a distinguir entre diseño en cuanto a experiencia subjetiva (es decir, aquella que afecta y me produce reacciones involuntarias, a veces inconscientes) y el diseño que emprendo objetivamente en respuesta a determinados estímulos.

(Todo) Cuanto (se) quiera emprender de modo consciente es diseño objetivo. Cuando decimos que existe diseño damos a entender que una inteligencia ha ordenado los sucesos

según unas interrelaciones conceptuales y discretas. Lo contrario de diseño es el caos. El diseño o es inteligente o es inteligible”. (Fuller, 1977)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 *Semiología.* Según Ferdinand de Saussure, la semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la sociedad o en la vida social. Esta se relaciona con la psicología social, donde se utilizan códigos en la comunicación y lenguaje.

Por lo tanto, esta se encarga de estudiar y analizar los signos, tanto lingüísticos (relacionados con la semántica y la escritura), como semióticos (signos humanos y de la naturaleza). (Definición.de, 2020)

6.3.1.2 *Semiología de la imagen.* Es la representación gráfica por medio de una figura, imagen o idea que substituye a la realidad, que está compuesta por un conjunto de signos distribuidos en un espacio plano, esta puede ser dada por los sentidos o memoria.

En ella se estudian los mensajes de forma visual, como los iconos, por donde se analiza e interpreta todos los elementos y conceptos que se requieren transmitir, por medio de un significado y un significante.

El significado es denotativo y objetivo, puede representar una palabra o símbolo como concepto. Sin embargo, el significante es caracterizado por ser connotativo y subjetivo, que se percibe por los sentidos en la comunicación. (Aguirre, 2020)

6.3.1.3 *Semiología del discurso.* Es la encargada de estudiar y analizar los signos del proceso de comunicación de los medios masivos de comunicación, donde se comunican para integrarse a la cultura de la sociedad y producen diversos tipos de discursos, como publicitarios políticos y periodísticos, que finalmente, han producido el discurso social,

formado por cada uno de ellos, con la finalidad de expresar pensamientos e ideas con las que el público se identifique. (Definición.de, 2020)

6.3.1.4 Sociología. Es conocida como la ciencia que estudia la sociedad y la vida humana, relacionándose en grupos. En ella se compone el análisis de los encuentros entre individuos e investigación de procesos sociales globales. Sus principales unidades de análisis se constituyen por la sociedad y sus individuos, donde requiere observar, analizar e interpretar estructuras y relaciones en un contexto histórico determinado de cada sociedad, con la finalidad de realizar diagnósticos que permitan intervenir y mejorar políticas públicas y sociales en un gobierno o institución estatal o privada. (Crespo, 2012)

6.3.1.5 Psicología. Se define como una ciencia social y disciplina dedicada a analizar y comprender la conducta humana, así como los procesos mentales de los individuos y grupos durante un tiempo y situación estipulada. Tiene como objetivo estudiar los procesos de percepción, motivación, atención, aprendizaje, personalidad, inteligencia, amor, la conciencia y ausencia de la misma. Además, se interesa por el funcionamiento bioquímico del cerebro y las relaciones interpersonales del individuo. (Raffino, Concepto.de, 2020)

6.3.1.6 Psicología de la comunicación. Es una rama de la psicología y a su vez, una conducta científica independiente, encargada al estudio del proceso de comunicación, por medio de mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes. Esta, tiene como fin analizar el valor mutuo de un medio social y los individuos que lo conforman. (Definición XYZ, 2020)

6.3.1.7 Psicología del color. Es el estudio de los efectos emocionales en los individuos, provocados por los colores. Éstos son percibidos por el sistema sensorial de cada persona,

por lo que, es distinto y subjetivo para cada uno de ellos. Sin embargo, existen códigos culturales que provocan mayormente un simbolismo y significado del color.

Los colores en la psicología representan cualidades y características de impacto cultural o sensorial, en éstos puede influenciar su tonalidad o gama cromática, por lo que, su percepción y densidad en los efectos provocados por el ser humano, está fuertemente relacionado con las emociones. (Atz, 2020)

6.3.1.8 Psicología de la imagen. Se conoce como una corriente psicológica, que desarrolla aportes y estudios sobre psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento, por medio de técnicas exploratorias de trabajo sobre uno mismo. Es decir, esta explica el concepto de la representación y función del espacio y la imagen en él. (Instituto para el Desarrollo de la Psicología de la Imagen, 2020)

6.3.1.9 Psicología del consumidor. Se dedica a estudiar el comportamiento y estructura mental de cada consumidor, con el propósito de conocer sus actitudes, motivaciones, creencias y valores, para la mejora en la toma de decisiones.

Esta se basa en principios psicológicos, que modelan el comportamiento del consumidor o cliente, a través de la asociación, aversión a la pérdida, la autoridad, reciprocidad, el recuerdo y el sentido de pertenencia. (Nardi, 2020)

6.3.1.10 Andragogía. Es una disciplina encargada de la investigación sobre el proceso del aprendizaje en edades avanzadas, es decir, a las peculiaridades de su elaboración en la enseñanza en la edad adulta, madurez y senectud, debido que, estos individuos tienen estilos de formación característicos.

Además de ser una rama de la pedagogía, donde se presenta una concepción personal y auto-dirigida del aprendizaje, así como la influencia de la experiencia en el procedimiento del conocimiento. (Camón, 2020)

6.3.1.11 Etnología. Es aquella ciencia social dedicada al estudio y comparación de diferentes pueblos de la Tierra y sus diversas culturas. Entre la cultura que estudia, se encuentra la lengua, los objetos que se emplean, la modalidad de organización en la relación familiar, el tipo y modo de ropa utilizada, es decir, el conjunto de prácticas que establecen la sociedad y su relación con la naturaleza, estas son obtenidas por los seres humanos y sociales. (Museo Valencia D'etnología, 2020)

6.3.1.12 Tecnología. Se establece como el conjunto de conocimientos implementados con la finalidad de cumplir un objetivo establecido. Este da lugar a la solución de los problemas con los individuos o la satisfacción de alguna de las necesidades. En ella, se encuentran varios aspectos relacionados con la electrónica, el arte o la medicina. Estas pueden ser duras o blandas, donde aportan bienes tangibles e intangibles innovadores según una determinada evolución. (Raffino, Concepto.de, 2020)

6.3.1.13 Cibernética. Es conocida por estudiar interdisciplinariamente los sistemas de control de los seres vivos, en los que se encuentran los humanos y entres artificiales. Esta se relaciona con la teoría del control y la teoría de sistemas. Su aplicación abarca los sistemas físicos y sociales basados en el lenguaje, por lo que se centra en la comunicación y las funciones del control. (EcuRed, 2020)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía. Es conocida como el arte de obtener imágenes fijas y duraderas, a través de técnicas de proyección de luz, por medio de la reacción de materiales químicos o aparatos electrónicos especializados, que poseen sensibilidad a ella.

Esta radica en la fotografía estenopeica, más conocida como la cámara oscura que, gracias a su captura y reproducción de imágenes, su técnica se ha incursionado en el cine y otras tecnologías posteriores. (Uriarte, 2020)

6.3.2.2 Tipografía. Se conoce como la variedad de estilos o tipos de letras de elección durante la elaboración de un diseño o la escritura de un texto. Estas transmiten sensaciones y emociones al ejecutarlas, por lo que son indispensables en la influencia de los mensajes. Por lo tanto, según la intención de lo que se quiera comunicar, se utilizará determinada tipografía, en las que se encuentra la Serif, San Serif, Script o Caligráfica y las Decorativas o creativas. (Divulgación Dinámica, 2018)

6.3.2.3 Cinematografía. Es el arte y técnica de almacenar, transmitir y capturar imágenes en movimiento, usualmente con un soporte auditivo. Para su elaboración, se utiliza aparatos tecnológicos como una cámara especializada de vídeo o incluso celulares inteligentes. Esta se relaciona con la fotografía, debido a la técnica creativa.

De esta deriva la televisión, que ha trascendido en el mundo contemporáneo y el significado que le damos a la comunicación, donde se ha grabado y reproducido por otros individuos distantes y tiempo significativo. Por lo tanto, la cinematografía permite volver a ver en vídeo a personas o eventos ocurridos pasados o actuales del otro lado de la Tierra.

El montaje es parte fundamental de esta técnica, donde se ordenan arbitrariamente las secuencias grabadas, con el fin de otorgarle lógica, sentido y verosímil. Además, en las producciones audiovisuales intervienen retos técnicos, lógicos y creativos. (Raffino, Concepto.de, 2019)

6.3.2.4 Música. Es considerada como el arte de proveer a los sonidos y silencios de una determinada organización, donde resulta coherente, lógica y agradable al oído. La melodía, la armonía y el ritmo, son elementos indispensables durante el proceso de elaboración de la música, con el fin de generar sensaciones en los oyentes, a través de la combinación de sonidos y silencios, que determinan variaciones de duración, intensidad, altura o timbre. (Definición.de, 2008)

6.3.2.5 Dibujo. Está catalogado como arte visual, definida como la destreza de dibujar, que se manifiesta por medio de una imagen en una superficie plana, en distintos sustratos, donde para su elaboración, se emplea materiales como lápices, pinceles o colores. A su vez, se puede plasmar en un medio virtual, gracias a la imagen digital y herramientas informáticas y softwares actuales. (INFOLIBROS, 2020)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es el conjunto de reglas durante la mezcla de colores, con el fin de obtener un determinado efecto. Es necesario conocer los tipos de colores, como los pigmento, conformados por el amarillo, el cian y el magenta, llamados CMYK, que forman el negro. También se encuentran los colores luz, compuestos por el rojo, el verde y el azul, conocidos como RGB, y debido a su combinación, se genera el blanco.

Los colores se les atribuyen características básicas como la matiz, luminosidad y saturación, estas propiedades deben tomarse en cuenta, como las paletas de color dentro del círculo cromático, compuesto por colores cálidos y fríos. Éstos otorgan mayor contraste y armonía estética. (Escuela de Arte Collado, 2020)

Esta teoría permite una mejor combinación de colores, por medio del círculo cromático, donde existen distintas fórmulas como la monocromática, análoga, complementarios, complementarios divididos, tríada y tetraédrica. (GCFGlobal, 2020)

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Esta teoría se encuentra dentro de la psicología humanista, que estudia las experiencias subjetivas de los individuos, donde es importante la autorrealización, la búsqueda de decisiones acertadas y el trabajo con la concepción de los seres humanos como personas libres y autónomas.

A su vez, representa el proceso por donde se construye marcos de percepción de la realidad, es decir, que cada persona interpreta la realidad y toma decisiones sobre la misma, basándose en formas o figuras mentales creadas inconscientes.

De modo que, se desarrollaron distintas leyes de Gestalt, donde principia la ley de la buena forma, que percibe con mayor exactitud y rapidez, son aquellas formas más completas, pero, al mismo tiempo, más simples o simétricas.

Otras leyes y principios son la figura fondo, la continuidad, proximidad, similitud, cierre y compleción sobre las formas visuales. (Torres, 2020)

6.3.3.3 *Mercadeo.* Se le define como el proceso realizado para promover un producto, servicio o actividad. Se origina desde que se engendra una idea planteada, y continúa durante la ejecución de los planes y estrategias, así como la visualización de los resultados de productividad, que es el desarrollo del plan en el consumidor y mercado.

Este tiene el fin de fidelizar a los clientes por medio del uso y empleo de diversas estrategias o herramientas. Para su elaboración, se debe tomar en cuenta al consumidor, investigar, seleccionar, proteger, explorar, realzar y liderar el mercado. (Enciclopedia Económica, 2020)

6.3.3.4 *Publicidad.* Es el conjunto de estrategias con el fin de promover productos y servicios a la sociedad, normalmente a un público objetivo. Además, por medio de ella se otorga reputación a lo que ofrece. Para posicionarse en la mente del consumidor correctamente, utiliza la comunicación patrocinada. A esta, también se le conoce como una fórmula de comunicación pagada por una organización, con la finalidad de anunciarse en el mercado a través de diferentes medios, donde la publicidad puede ser offline o digital, según su objetivo promocional. (Cyberclick, 2020)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 *Vídeo Marketing.* Es una herramienta de marketing digital, a través del uso de imágenes audiovisuales, transmitidas principalmente en internet, con el fin de cumplir objetivos estratégicos de mercadeo.

Durante el marketing de contenidos, se implementa esta tendencia, al añadir y compartir vídeos con propósito en las redes sociales, debido que genera un impacto positivo en las ventas. Estas deben obtener las reacciones del público, contener contenido emotivo, cumplir con los distintos formatos y algoritmos de cada red, utilizar un storytelling e integrar a la marca. (Cardona, 2020)

6.3.4.2 *Storytelling.* Es conocido como el arte de adaptar, desarrollar y contar historias por medio de elementos específicos, en circunstancias de inicio, nudo o medio y fin o desenlace, con el objetivo de transmitir un mensaje creativo e inolvidable, que se conecte emocionalmente con el espectador.

El Storytelling es una herramienta del marketing de contenidos que, desarrolla la creatividad y transmite sensaciones positivas con el contenido. (Vieira, 2020)

6.3.4.3 *Live Vídeo.* Es la emisión de vídeo en tiempo real, donde se transmiten estrategias innovadoras para fidelizar, interactuar y captar usuarios en redes sociales. Además, se ha convertido en tendencia clave para la creación de contenidos de las marcas.

El Live Vídeo es una herramienta para crear contenido de calidad y mostrar la personalidad de la marca, donde se diferencia, aporta valor al usuario, otorga experiencias únicas, a través de material que puede tener propósitos de entretenimiento, promoción o educacional.

Se caracteriza por ser contenido audiovisual entretenido, que capta la atención del público que, a su vez, es de fácil consumo, permite la cercanía al percibir la marca más

humana. Además, facilita conocer a la audiencia, presentar un producto o realizar anuncios especiales, fortalecer la confianza e impulsar las ventas y crear comunidades por un bajo costo. (Watchity, 2020)

6.3.4.4 Video 360°. Es una tendencia de vídeo en la actualidad, que permite tener una vista panorámica, que se puede modificar su foco mientras se reproduce. De modo que, otorga una experiencia similar a la realidad virtual, por lo que se define como una experiencia virtual inmersiva, utilizada en las redes sociales principalmente. (Fernández, 2020)



Ver en Anexo E: *Tabla tendencias de vídeo 2020.*

Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

En la producción del material audiovisual, se tomarán en cuenta las ciencias, las artes, teorías y tendencias recopiladas en el marco teórico, que se pondrán en práctica en la propuesta del proyecto.

7.1.1 Comunicación. Los elementos visuales, auditivos, movimientos de cámara y planos que se elaborarán en conjunto en el proyecto audiovisual, comunicarán un mensaje estratégico dirigido al grupo objetivo que, promoverá los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

7.1.2 Diseño. A través del diseño, se utilizará el isologo de la empresa, tipografías, símbolos, colores y gráficos creativos en movimiento que, permitirán comunicar el mensaje de forma estética, atractiva y funcional en la producción del material audiovisual.

7.1.3 Semiología de la imagen. En la producción del proyecto audiovisual, es determinante en la composición de encuadres, planos, iluminación y elementos visuales, por medio de símbolos y signos que, posibilitarán comunicar de forma no verbal y atraer la atención y enfoque del espectador.

7.1.4 Psicología del color. Es relevante al definir una paleta de color correcta para la producción del material audiovisual, donde permita transmitir sensaciones y emociones correctas y estratégicas al público objetivo, según su significado.

7.1.5 Andragogía. Es de utilidad para reforzar y formular un mensaje a comunicar de forma clara, atractiva y concisa que, permitirá el aprendizaje y comprensión de adultos y personas mayores, con respecto al material audiovisual.

7.1.6 Cibernética. Es indispensable para la visualización de la producción audiovisual, al ingresar a distintas plataformas y redes sociales como Facebook e Instagram, a través de medios y dispositivos digitales.

7.1.7 Tecnología. Es determinante en la elaboración del material audiovisual, donde para ello, se requiere de un equipo de computación marca Dell y Toshiba, cámara DSLR y estabilizador del mismo para la grabación del vídeo, a su vez, se utilizarán softwares de edición de Adobe, tales Premiere, After Effects y Audition.

7.1.8 Cinematografía. Es determinante al precisar la calidad y funcionalidad de las tomas, planos, iluminación, colores, movimientos de cámara, composición y todos los elementos visuales de la producción del material audiovisual.

7.1.9 Fotografía. El vídeo se conforma por una secuencia de imágenes, donde la fotografía es indispensable para definir planos, ángulos, composición, profundidad de campo y elementos visuales que estarán dentro del encuadre.

7.1.10 Música. Conlleva un rol significativo en la producción del proyecto audiovisual, a través de la generación de un ritmo, marca de pausas y reforzamiento de momentos y emociones plasmados en el vídeo, donde posibilita cautivar e impactar las sensaciones del grupo objetivo de forma eficaz.

7.1.11 Tipografía. Es un elemento del diseño gráfico que permitirá acrecentar e intensificar la claridad y el atractivo del mensaje que será desarrollado en el material audiovisual. A su vez, por medio de la tipografía San Serif que, se relaciona con la seguridad y la neutralidad, se transmitirá modernidad, fuerza y dinamismo.

7.1.12 Dibujo. Su aplicación se llevará a cabo en la elaboración del bocetaje creativo, por medio de un storyboard que representará visualmente los aspectos técnicos del guion técnico de la producción del material audiovisual.

7.1.13 Teoría del color. Es necesaria para la correcta colorización del vídeo, al tomar en cuenta la paleta de color seleccionada. Asimismo, la manipulación en postproducción de las propiedades y características básicas como la matiz, luminosidad y saturación de las tomas.

7.1.14 Teoría de Gestalt. Es de importancia en el proyecto audiovisual, donde sus leyes permiten que se cumpla la continuidad, proximidad, similitud, cierre y compleción sobre las formas visuales y composiciones de elementos en los encuadres y tomas de diferentes escenarios del vídeo.

7.1.15 Mercadeo. Está aplicado desde el planteamiento de ideas y fundamentos del mensaje en el material audiovisual, hasta en la ejecución y comercialización del mismo. Este define el grupo objetivo a quién se dirige el proyecto, con el fin de fidelizarlo y promover los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

7.1.16 Publicidad. Otorgará reputación y creatividad a la empresa, a través del material audiovisual que, será pautado en las redes sociales Facebook e Instagram, donde a la vez, permitirá posicionar a SAETA, S.A. en la mente del consumidor.

7.1.17 Storytelling. A través de esta tendencia, se podrá contar una historia creativa con un inicio, nudo y desenlace, donde se promueva la empresa. Asimismo, desarrollará un mensaje único e inolvidable que, permita una conexión emocional con el espectador.

7.1.18 Video Marketing. El proyecto audiovisual se pautará en redes sociales, tales como Facebook e Instagram, donde el vídeo tendrá como fin generar un impacto positivo en el grupo objetivo, por medio de reacciones.

Para ello, a través del vídeo marketing, el contenido de la producción será ser emotiva y visualmente atractiva, a la vez, cumplirá con los distintos formatos y algoritmos de cada red social.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

El proyecto audiovisual estará basado en la técnica de Mapa Mental, una expresión del pensamiento irradiante, popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

Este se elabora a través de la exploración del problema y la generación de ideas, donde es aplicada en una hoja de papel del tamaño a conveniencia, y el problema o asunto principal se coloca escrito o de forma gráfica en el centro de la misma.

Asimismo, a su alrededor irradian los principales temas relacionados con el asunto primordial, de estos parten imágenes o palabras clave espontáneos y de forma automática, trazados sobre líneas abiertas, con el fin de formar una estructura nodal.

7.2.1.1 Aplicación del método



Mapa mental de SAETA, S.A. (2020)

7.2.2 Definición del concepto.

A través del método y técnica creativa, se enfatizaron cuatro propuestas conceptuales que se adecuan correctamente a la imagen y producción audiovisual que se desea presentar y pautar. De igual manera, responden correctamente a los objetivos planteados y mensajes claves que se pretenden comunicar al grupo objetivo.

Propuestas conceptuales:

1. Creaciones personalizadas
2. Fabricamos calidad
3. Confecciones exclusivas
4. Estilos únicos y duraderos

De acuerdo a las propuestas anteriores, el concepto creativo para la elaboración del material audiovisual es:

“Confecciones exclusivas”

Se escogió la palabra *“confección”*, debido que representa los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y de la hechura de prendas de vestir o vestuarios de calidad que ofrece la empresa.

A la vez, se utilizó la palabra *“exclusivas”*, que simbolizan la selectividad, calidad y personalización de cada producto textil, según la necesidad o deseo de cada cliente. Por lo tanto, *“confecciones exclusivas”*, representa la función principal de la empresa con un valor agregado de personalización, exclusividad, elegancia y estilo propio de calidad para el consumidor.

7.3 Bocetaje

Es la primera idea del proyecto visual, donde se visualizará diferentes propuestas antes de llegar al material final. Este permite la aclaración de ideas, plasmar distintas opciones y presentar el resultado final, de acuerdo con el concepto *“confecciones exclusivas”*.

El bocetaje se elaborará en el storyboard de la producción audiovisual que, indicará los aspectos primordiales del guion técnico, donde por medio del dibujo, se relatará una historia a través del storytelling que, promoverá los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

7.3.1 Proceso de diseño

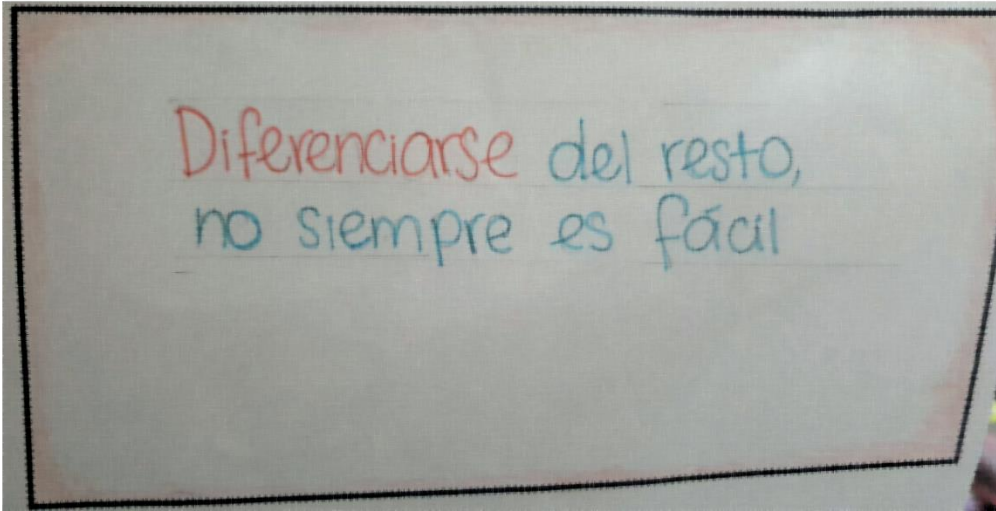
7.3.1.1 Propuestas de línea gráfica

Propuesta A.

“Confecciones Exclusivas. Diferenciarse del resto, no siempre es fácil”.

Aspecto 16:9

1920 px



1080 px

Propuesta B.

“Confecciones Exclusivas. En Saeta encontrarás”.

Aspecto 16:9

1920 px



1080 px

7.3.1.2 Identificación de elementos de línea gráfica elegida

“Confecciones Exclusivas. En Saeta encontrarás”.

Aspecto 16:9

1920 px



Identificación de elementos:

- 1 Texto inicial.
- 2 Fondo blanco con capa de color anaranjado.
- 3 Hilos de la empresa.

7.3.1 Proceso de diseño

7.3.1.3 Guion literario

“Confecciones Exclusivas”, con tono amigable.

Guión Literario: Confecciones Exclusivas

El material audiovisual contendrá música de fondo y voz en off (V.O.). El vídeo inicia con una toma de pantalones doblados en fila.

CORTE A:

Se realiza una transición a una toma de camisas dobladas. Seguido de una animación con el texto siguiente:

V.O.

“Formar parte de un equipo, no siempre es fácil”.

CORTE A:

Se realiza una transición a una animación de tomas y del texto *“Confecciones Exclusivas”.*

V.O.

Por eso, te ofrecemos Confecciones Exclusivas.

CORTE A:

Se realiza una transición a una toma de hijos y animación del texto *“En Saeta encontrarás”.* Seguido de secuencia de tomas de productos y materia prima, acompañados de animaciones de texto.

V.O.

En SAETA encontrarás diseños personalizados, diversos productos textiles, bordados, costuras y sastrería de alta calidad.

CORTE A:

Se realiza una transición a una secuencia de tomas del proceso de trabajo, máquinas de costura y animaciones de texto.

V.O.

Fabricamos, distribuimos y comercializamos todo tipo de vestimentas, uniformes y artículos promocionales, donde podrás identificarte al lucir un atuendo exclusivo.

CORTE A:

Se realiza una transición a la animación de texto *“Llama ya, (502) 24487271”*, seguido de una cortinilla para *“Contáctanos”* y del logo de facebook.

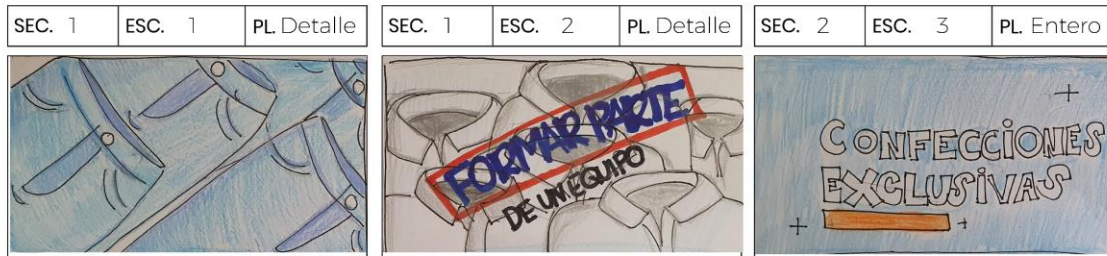
V.O.

¡Llama ya!
o contáctanos a nuestras redes sociales.

Finaliza con una animación del isologo de SAETA, S.A.

7.3.1.4 Storyboard

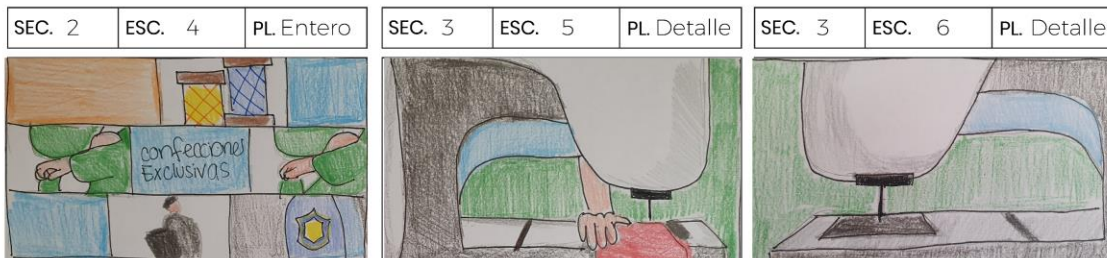
Storyboard: Confecciones Exclusivas



El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.

Toma de camisas dobladas al panear a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".

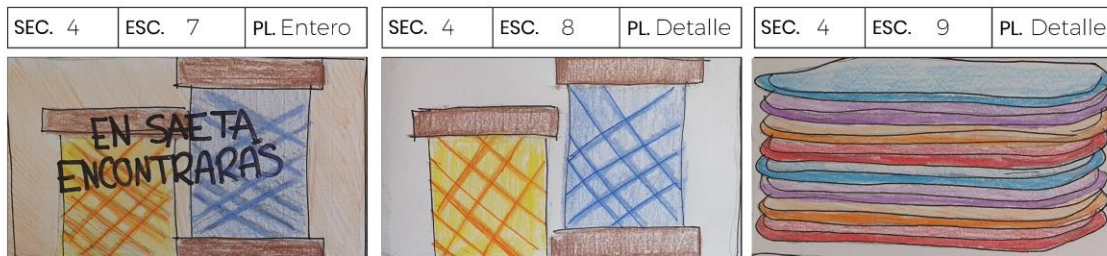
Animación de texto "Confecciones Exclusivas".



Conjunto de tomas de uniformes, máquina de costura, hilos y mochila impermeable y texto animado de "Confecciones Exclusivas".

Toma detalle de máquina de costura con prenda.

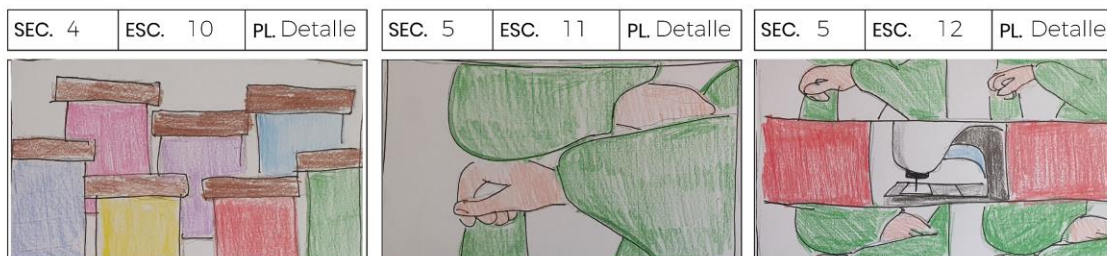
Toma detalle de máquina de costura.



Toma detalle de los hijos con texto animado de "En Saeta encontrarás".

Toma detalle de hijos.

Toma detalle de materia prima de la empresa.



Paneo de hijos en toma detalle y steadycam.

Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.

Animación con conjunto de tomas del detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.

7.3.1.4 Storyboard

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 5	ESC. 13	PL. Detalle	SEC. 6	ESC. 14	PL. Detalle	SEC. 6	ESC. 15	PL. Detalle
--------	---------	-------------	--------	---------	-------------	--------	---------	-------------



Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".



Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".



Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".

SEC. 6	ESC. 16	PL. Detalle	SEC. 7	ESC. 17	PL. Entero	SEC. 8	ESC. 19	PL. Detalle
--------	---------	-------------	--------	---------	------------	--------	---------	-------------



Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con teto animado de "Comercializamos".



Toma entera y general de artículos promocionales.



Toma detalle de camisas dobladas y uniformes. Animación de texto de "Identificarte al lucir un atuendo Exclusivo".

SEC. 9	ESC. 20	PL. Detalle	SEC. 10	ESC. 21	PL. Entero	SEC. 10	ESC. 22	PL. Detalle
--------	---------	-------------	---------	---------	------------	---------	---------	-------------



Toma detalle de uniforme de oficial.



Animación de texto de "Llama ya (502) 24487271".

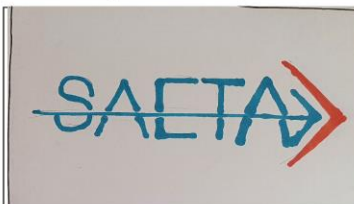


Toma detalle de máquina de costura con animación de texto "Contáctanos".

SEC. 10	ESC. 23	PL. Detalle	SEC. 10	ESC. 24	PL. Entero
---------	---------	-------------	---------	---------	------------



Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.



Animación final del Isologo SAETA con fondo blanco.












7.3.1.5 Guion técnico

Guion Técnico: Confecciones Exclusivas

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de Plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
1	1	1	Detalle	Contraplano	Paneo		El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
1	2	2	Detalle	Contraplano	Paneo		Toma de camisas dobladas al panear a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
2	3	1	Detalle	Normal	Steadycam		Animación de texto "Confecciones Exclusivas".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
2	4	2	Detalle	Normal	Steadycam		Conjunto de tomas de uniformes, máquina de costura, hilos, macho impermeable y texto animado de "Confecciones Exclusivas".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
3	5	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con prenda.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
3	6	2	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	7	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de los hijos con texto animado de "En Saeta encontraras".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	8	2	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de hijos.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	9	3	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de materia prima de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	10	4	Detalle	Picada	Steadycam		Paneo de hijos en toma detalle y steadycam.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
5	11	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
5	12	2	Detalle	Normal	Steadycam		Animación con conjunto de tomas del detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A

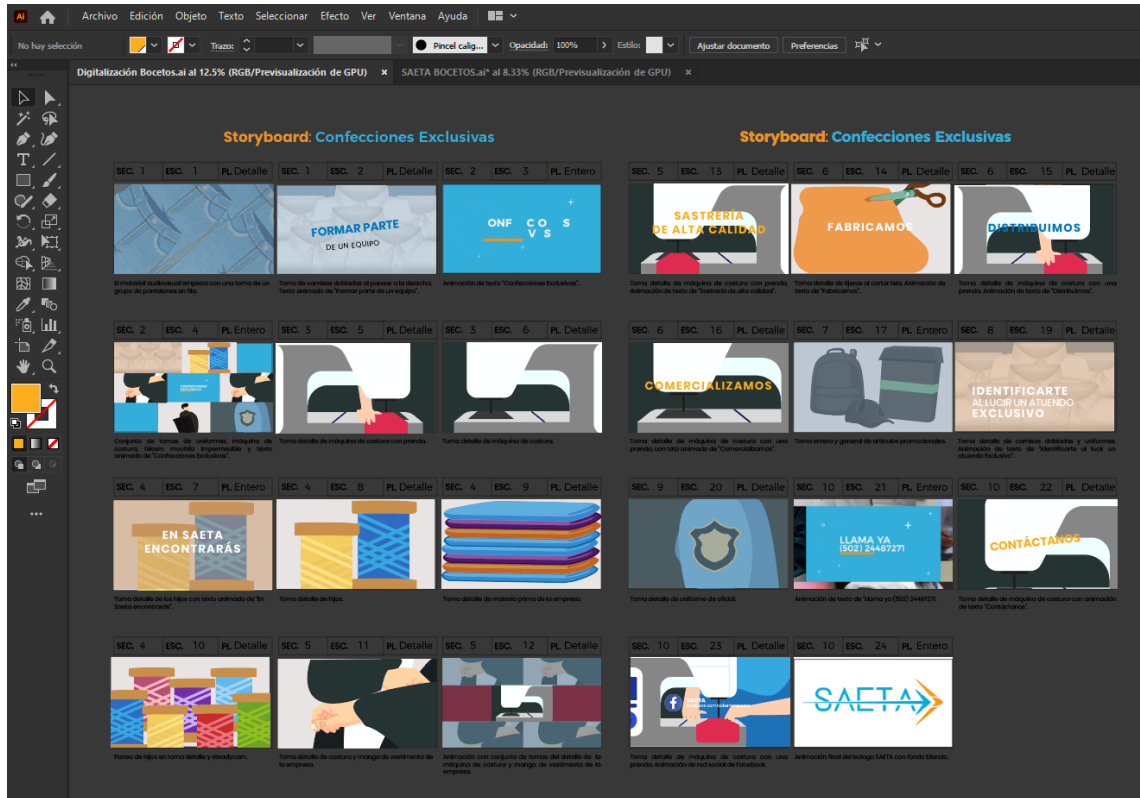
7.3.1.5 Guion técnico

Guion Técnico: Confecciones Exclusivas

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de Plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
5	13	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	14	1	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	15	2	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	16	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con tito animado de "Comercializamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
7	17	1	Detalle	Picada	Steadycam		Toma entera y general de artículos promocionales.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
8	18	1	Detalle	Normal	Paneo		Toma detalle de camisas dobladas y uniformes. Animación de texto de "Identificarte al lucir un atuendo Exclusivo".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
9	19	1	Detalle	Normal	Paneo		Toma detalle de uniforme de oficial.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	20	1	Detalle	Normal	Steadycam		Animación de texto de "llama ya (502) 24487271".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	21	2	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con animación de texto "Contactamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	22	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	23	4	Detalle	Normal	Paneo		Animación final del Isologo SAETA con fondo blanco.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

A través del software Adobe Illustrator, se vectorizó cada boceto perteneciente del Storyboard.





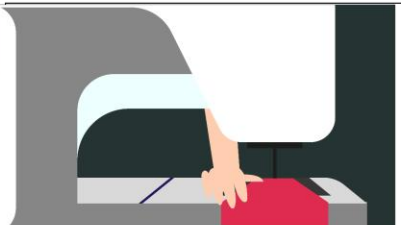
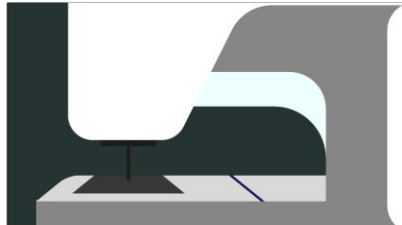

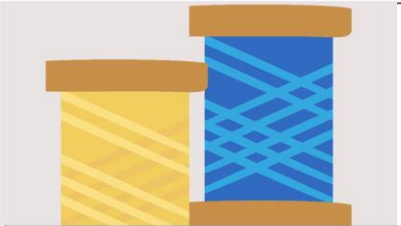
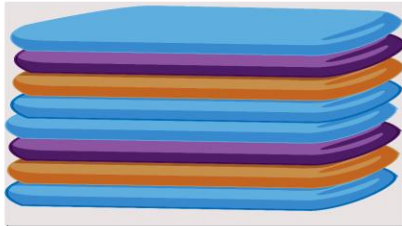


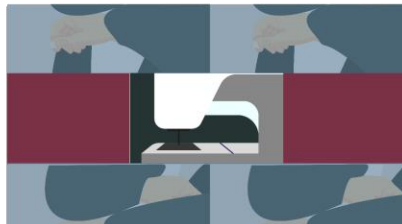


Se creó un nuevo proyecto en Adobe Premiere, donde se importaron los clips en una secuencia de 1920 x 1080, de 30 fotogramas por segundo.



7.3.2.1 Storyboard

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 1	ESC. 1	PL. Detalle	SEC. 1	ESC. 2	PL. Detalle	SEC. 2	ESC. 3	PL. Entero
								
El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.			Toma de camisas dobladas al panear a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".			Animación de texto "Confecciones Exclusivas".		
SEC. 2	ESC. 4	PL. Entero	SEC. 3	ESC. 5	PL. Detalle	SEC. 3	ESC. 6	PL. Detalle
								
Conjunto de tomas de uniformes, máquina de costura, hilos mochila impermeable y texto animado de "Confecciones Exclusivas".			Toma detalle de máquina de costura con prenda.			Toma detalle de máquina de costura.		
SEC. 4	ESC. 7	PL. Entero	SEC. 4	ESC. 8	PL. Detalle	SEC. 4	ESC. 9	PL. Detalle
								
Toma detalle de los hijos con texto animado de "En Saeta encontrarás".			Toma detalle de hijos.			Toma detalle de materia prima de la empresa.		
SEC. 4	ESC. 10	PL. Detalle	SEC. 5	ESC. 11	PL. Detalle	SEC. 5	ESC. 12	PL. Detalle
								
Paneo de hijos en toma detalle y steadycam.			Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.			Animación con conjunto de tomas del detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.		

7.3.2.1 Storyboard

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 5	ESC. 13	PL. Detalle	SEC. 6	ESC. 14	PL. Detalle	SEC. 6	ESC. 15	PL. Detalle
Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".	Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".	Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".						
SEC. 6	ESC. 16	PL. Detalle	SEC. 7	ESC. 17	PL. Entero	SEC. 8	ESC. 19	PL. Detalle
Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con teto animado de "Comercializamos".	Toma entera y general de artículos promocionales.	Toma detalle de camisas dobladas y uniformes. Animación de texto de "Identificarte al lucir un atuendo Exclusivo".						
SEC. 9	ESC. 20	PL. Detalle	SEC. 10	ESC. 21	PL. Entero	SEC. 10	ESC. 22	PL. Detalle
Toma detalle de uniforme de oficial.	Animación de texto de "Llama ya (502) 24487271".	Toma detalle de máquina de costura con animación de texto "Contáctanos".						
SEC. 10	ESC. 23	PL. Detalle	SEC. 10	ESC. 24	PL. Entero			
Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.	Animación final del Isologo SAETA con fondo blando.							

7.3.2.2 *Guion Técnico***Guion Técnico: Confecciones Exclusivas**

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de Plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
1	1	1	Detalle	Contrapicado	Pareo		El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
1	2	2	Detalle	Contrapicado	Pareo		Toma de camisas dobladas al parecer a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
2	3	1	Detalle	Normal	Steadycam		Animación de texto "Confecciones Exclusivas".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
2	4	2	Detalle	Normal	Steadycam		Conjunto de telas de uniformes, máquina de costura, hilos, maquina inamovible y texto animado de "Confecciones exclusivas".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
3	5	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con prenda.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
3	6	2	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	7	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de los hilos con texto animado de "En Saeta encontraras".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	8	2	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de hilos.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	9	3	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de materia prima de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	10	4	Detalle	Picada	Steadycam		Pareo de hilos en toma detalle y steadycam.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
5	11	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
5	12	2	Detalle	Normal	Steadycam		Animación con conjunto de telas del detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A

7.3.2.2 Guion Técnico

Guion Técnico: Confecciones Exclusivas

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de Plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
5	13	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
8	14	1	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	15	2	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	16	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con texto animado de "Comercializamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
7	17	1	Detalle	Picada	Steadycam		Toma entera y general de artículos promocionales.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
8	18	1	Detalle	Normal	Paneo		Toma detalle de camisas dobladas y uniformes. Animación de texto de "Identifícate al lucir un atuendo exclusivo".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
9	19	1	Detalle	Normal	Paneo		Toma detalle de uniforme de oficial.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	20	1	Detalle	Normal	Steadycam		Animación de texto de "Llama ya (502) 24487271".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	21	2	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con animación de texto "Contáctanos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	22	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	23	4	Detalle	Normal	Paneo		Animación final del logo SAETA con fondo alando.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A

7.4 Propuesta Preliminar

Se presenta la propuesta preliminar de la producción del material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Esta fue elaborada a través de softwares de diseño, donde la digitalización de elementos fueron vectorizados en Adobe Illustrator, la voz en off y musicalización de fondo se trabajó en Adobe Audition, la animación de textos y elementos en Adobe After Effects y el montaje final, colorización y edición en Adobe Premiere.

Enlace de la propuesta:












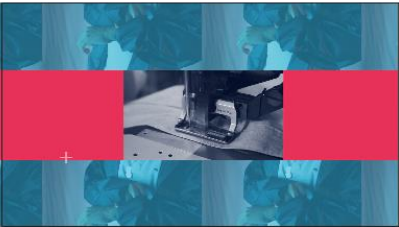
<https://drive.google.com/file/d/17NgnmBGSbtoeeOFzgdju9LvQVsTB524T/view?usp=sharing>

Código QR de la propuesta:



7.4.1 Storyboard

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 1	ESC. 1	PL. Detalle	SEC. 1	ESC. 2	PL. Detalle	SEC. 2	ESC. 3	PL. Entero
								
El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.			Toma de camisas dobladas al panear a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".			Animación de texto "Confecciones Exclusivas".		
SEC. 2	ESC. 4	PL. Entero	SEC. 3	ESC. 5	PL. Detalle	SEC. 3	ESC. 6	PL. Detalle
								
Conjunto de tomas de uniformes, máquina de costura, hilosm mochila impermeable y texto animado de "Confecciones Exclusivas".			Toma detalle de máquina de costura con prenda.			Toma detalle de máquina de costura.		
SEC. 4	ESC. 7	PL. Entero	SEC. 4	ESC. 8	PL. Detalle	SEC. 4	ESC. 9	PL. Detalle
								
Toma detalle de los hilos con texto animado de "En Saeta encontrarás".			Toma detalle de hilos.			Toma detalle de materia prima de la empresa.		
SEC. 4	ESC. 10	PL. Detalle	SEC. 5	ESC. 11	PL. Detalle	SEC. 5	ESC. 12	PL. Detalle
								
Paneo de hilos en toma detalle y steadycam.			Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.			Animación con conjunto de tomas del detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.		

7.4.1 Storyboard

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 5	ESC. 13	PL. Detalle
--------	---------	-------------



Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".

SEC. 6	ESC. 14	PL. Detalle
--------	---------	-------------



Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".

SEC. 6	ESC. 15	PL. Detalle
--------	---------	-------------



Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".

SEC. 6	ESC. 16	PL. Detalle
--------	---------	-------------



Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con texto animado de "Comercializamos".

SEC. 7	ESC. 17	PL. Entero
--------	---------	------------



Toma entera y general de artículos promocionales.

SEC. 8	ESC. 19	PL. Detalle
--------	---------	-------------



Toma detalle de camisas dobladas y uniformes. Animación de texto de "Identificarte al lucir un atuendo Exclusivo".

SEC. 9	ESC. 20	PL. Detalle
--------	---------	-------------



Toma detalle de uniforme de oficial.

SEC. 10	ESC. 21	PL. Entero
---------	---------	------------



Animación de texto de "Llama ya (502) 24487271".

SEC. 10	ESC. 22	PL. Detalle
---------	---------	-------------



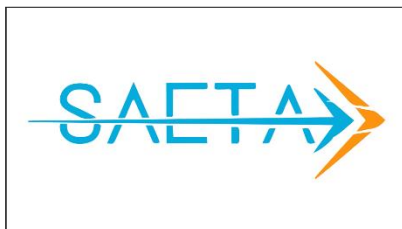
Toma detalle de máquina de costura con animación de texto "Contáctanos".

SEC. 10	ESC. 23	PL. Detalle
---------	---------	-------------



Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.

SEC. 10	ESC. 24	PL. Entero
---------	---------	------------



Animación final del isologo SAETA con fondo blanco.







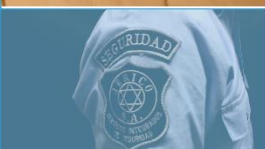




7.4.2 Guion Técnico

Guion Técnico: Confecciones Exclusivas

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de Plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
1	1	1	Detalle	Contrapicado	Paneo		El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
1	2	2	Detalle	Contrapicado	Paneo		Toma de camisas dobladas al pasar a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
2	3	1	Detalle	Normal	Steadycam		Animación de texto "Confecciones Exclusivas".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
2	4	2	Detalle	Normal	Steadycam		Conjunto de tomas de uniformes, máquina de costura, hilos y medida imperecedera y texto animado de "Confecciones Exclusivas".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
3	5	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con prenda.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
3	6	2	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	7	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de los hilos con texto animado de "En Saeta encontrarás".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	8	2	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de hilos.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	9	3	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de materia prima de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
4	10	4	Detalle	Picada	Steadycam		Paneo de hilos en toma detalle y steadycam.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
5	11	1	Detalle	Normal	Steadycam		Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A
5	12	2	Detalle	Normal	Steadycam		Animación con conjunto de tomas de detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo y V.O.	N/A

7.4.2 Guion Técnico

Guion Técnico: Confecciones Exclusivas

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de Plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
5	13	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	14	1	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	15	2	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
6	16	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con texto animado de "Comercializamos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
7	17	1	Detalle	Picada	Steadycam		Toma entera y general de artículos promocionales.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
8	18	1	Detalle	Normal	Paneo		Toma detalle de camisas dotadas y uniformes. Animación de texto de "Identificarte al lucir un atuendo exclusivo".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
9	19	1	Detalle	Normal	Paneo		Toma detalle de uniforme de oficial.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	20	1	Detalle	Normal	Steadycam		Animación de texto de "llama ya (502) 24487271".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	21	2	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con animación de texto "Contactanos".	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	22	3	Detalle	Picada	Steadycam		Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A
10	23	4	Detalle	Normal	Paneo		Animación final del salogo SAETA con fondo blanco.	N/A	Empresa	Artificial	N/A	Música de fondo	N/A

Capítulo VIII

Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque 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, a 3 expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual y a 26 personas, hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo.

8.1 Población y muestreo

El total de personas encuestadas para la validación será de 30 personas, este grupo estará conformado por el cliente, las personas del grupo objetivo y expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual.

Cliente: Oscar Tavico, propietario de SAETA, S.A.

Grupo objetivo: 26 personas conformadas por hombres y mujeres entre 25 a 35 años, del área metropolitana de Guatemala, con un nivel socioeconómico C1, C2 y C3.

Expertos: 3 profesionales en las áreas de comunicación, diseño y producción audiovisual.

- a. Lic. David Castillo.
- b. Lic. Guillermo García.
- c. Lic. Carlos Jiménez.

8.2 Método e instrumentos

Se utilizará la entrevista como método cualitativo, donde se percibirá el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual. A la vez, con el fin de validar la propuesta preliminar, se aplicará la técnica cuantitativa al cliente, grupo objetivo y expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual, a través de una encuesta de opción múltiple en Google Forms.

El instrumento está conformado por un cuestionario distribuido en tres segmentos:

- a. **Parte objetiva.** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con cuatro preguntas dicotómicas: Sí o no.
- b. **Parte semiológica.** Evalúa los elementos gráficos y estéticos del material audiovisual, conformada con cinco preguntas, a través de una escala de Likert de cuatro variables.
- c. **Parte operativa.** Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta dentro del material audiovisual, constará de cinco preguntas, con respuesta de escala de Likert de 4 variables.

(Ver anexo F y G).

Enlace del instrumento de validación digital: <https://forms.gle/ud4Vx1EtvZKnJLcS9>

Código QR del instrumento de validación digital:



8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte objetiva

1. ¿Considera usted importante producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.?



Interpretación:

El 100% de las personas encuestadas considera importante producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

2. ¿Considera usted necesario recopilar información acerca de la empresa y sus principales productos y servicios para incorporarlo en el proyecto?



Interpretación:

El 97% de las personas encuestadas considera necesario recopilar información acerca de la empresa y sus principales productos y servicios para promoverlo; sin embargo, el 3% asegura que no es necesario.

3. ¿Considera usted importante investigar acerca de producción audiovisual y sus tendencias actuales para aplicarlo en el desarrollo del material audiovisual?



Interpretación:

El 97% de las personas encuestadas considera importante investigar acerca de producción audiovisual y sus tendencias actuales para aplicarlo en el desarrollo del material audiovisual; mientras que el 3% opina que no es importante.

4. ¿Considera usted importante la implementación de una locución durante el vídeo?



Interpretación:

El 97% de las personas encuestadas considera importante la implementación de una locución durante el vídeo; no obstante, para el 3% no es importante.

Parte semiológica

5. ¿Considera usted que los colores y tonalidades utilizados en el material audiovisual, es adecuada a los de la empresa?



Interpretación:

El 53% de las personas encuestadas considera que los colores y tonalidades utilizadas en el material audiovisual son muy adecuadas a los de la empresa; mientras que el 47% la estima adecuadas.

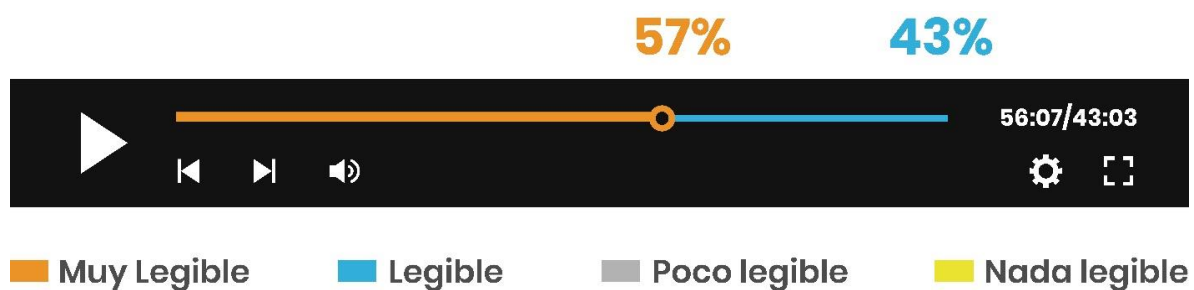
6. ¿Considera usted la locución del vídeo apropiada?



Interpretación:

El 70% de las personas encuestadas asegura que la locución del vídeo es muy apropiada; mientras que el 27% indica que es apropiada y el 3% opina que es poco apropiada.

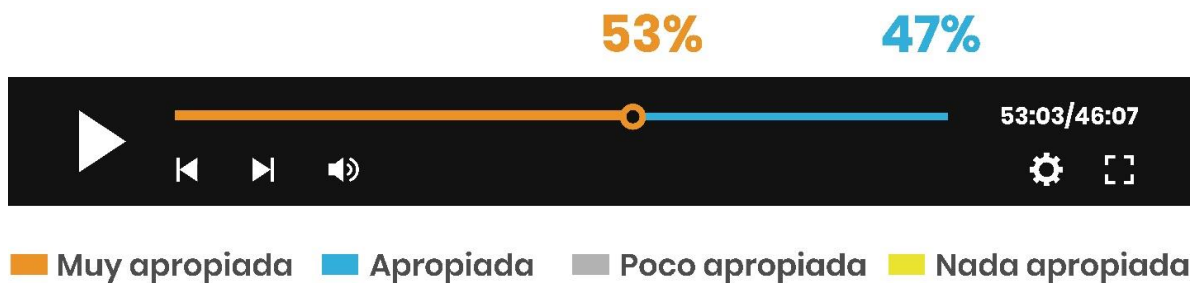
7. ¿Considera usted que la tipografía de la producción audiovisual es legible?



Interpretación:

El 57% de las personas encuestadas asegura que la tipografía de la producción audiovisual es muy legible; mientras que el 43% indica que es legible.

8. ¿Considera usted que la música del material audiovisual es apropiada?



Interpretación:

El 53% de las personas encuestadas asegura que la música del material audiovisual es muy apropiada; asimismo, el 47% indica que es apropiada.

9. ¿Considera usted que la animación de elementos y textos es adecuada?



Interpretación:

El 40% de las personas encuestadas asegura que la animación de elementos y textos son muy adecuadas; mientras que el 57% indica que son adecuadas y el 3% opina que son poco adecuadas.

Parte operativa

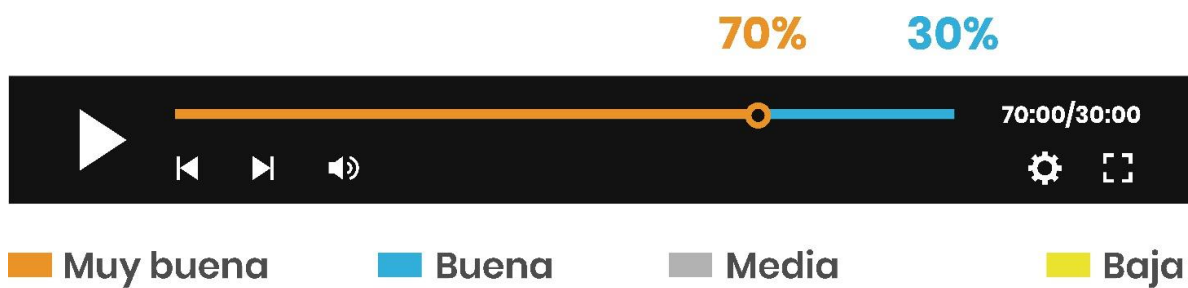
10. ¿Considera que la animación del vídeo captó su atención?



Interpretación:

El 70% de las personas encuestadas está totalmente de acuerdo que la animación del vídeo captó su atención y el 30% se encuentra de acuerdo.

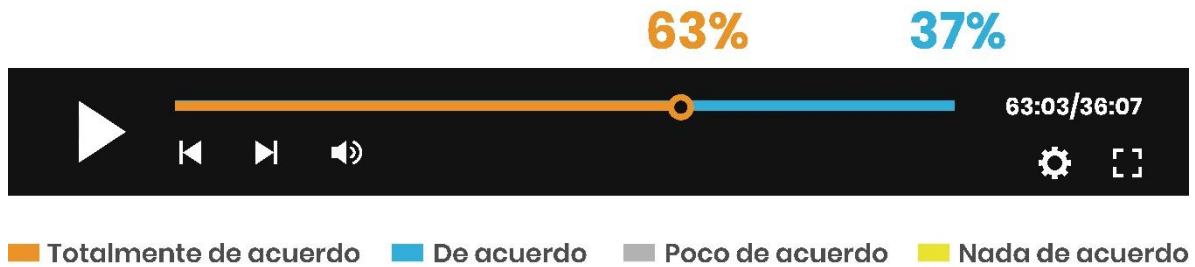
11. ¿Considera usted que la resolución del material audiovisual es?



Interpretación:

El 70% de las personas encuestadas considera que la resolución del material audiovisual es muy buena y el 30% asegura que es buena.

12. ¿Considera usted que el tiempo del material audiovisual (31 segundos) es suficiente para promover los productos y servicios de la empresa?



Interpretación:

El 63% de las personas encuestadas está totalmente de acuerdo con que el tiempo del material audiovisual (31 segundos) es suficiente para promover los productos y servicios de la empresa; mientras que el 30% se encuentra de acuerdo.

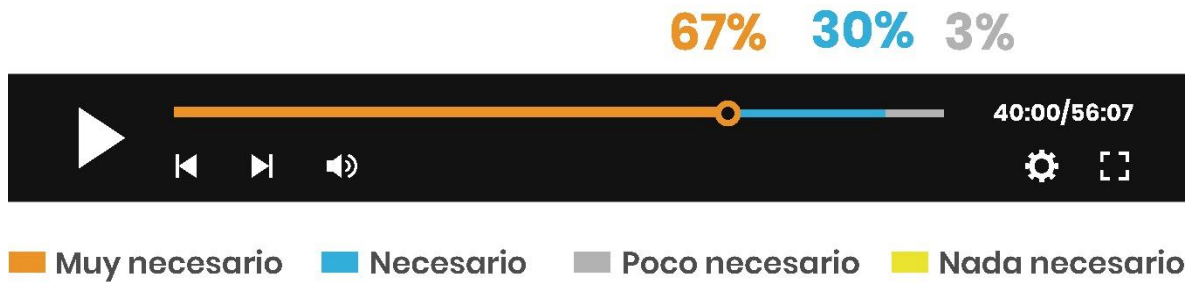
13. ¿Considera usted que la producción audiovisual brinda información adecuada acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa?



Interpretación:

El 73% de las personas encuestadas está totalmente de acuerdo con que la producción audiovisual brinda información adecuada acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa; mientras que el 27% se encuentra de acuerdo.

14. ¿Considera usted necesaria la animación final del isologo de la empresa?



Interpretación:

El 67% de las personas encuestadas asegura que la animación de elementos y textos son muy adecuadas; mientras que el 30% indica que son adecuadas y el 3% opina que son poco adecuadas.

8.4 Cambios con base a resultados

Se realizaron cambios de acuerdo a los resultados obtenidos a través de las encuestas, mismos que se presentan a continuación:

8.4.1 Antes



8.4.2 Después



8.4.3 Justificación

1. Se modificó la velocidad de la escena 1, de modo que se reprodujera más lento y se notara por más tiempo el producto durante el movimiento de cámara.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes

Aspecto 16:9

1920 px



8.4.2 Después

Aspecto 16:9

1920 px



8.4.3 Justificación

1. Se modificó la velocidad de la escena 2, de modo que se reprodujera más lento y se notara por más tiempo el producto durante el movimiento de cámara.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes



8.4.2 Después



8.4.3 Justificación

1. Se modificó la velocidad del plano 3, de modo que se reprodujera más lento y se notara por más tiempo el producto durante el movimiento de cámara.
2. Se cambió la tonalidad de la escena, con el fin de que se apreciara el producto de forma detallada.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes



8.4.2 Después



8.4.3 Justificación

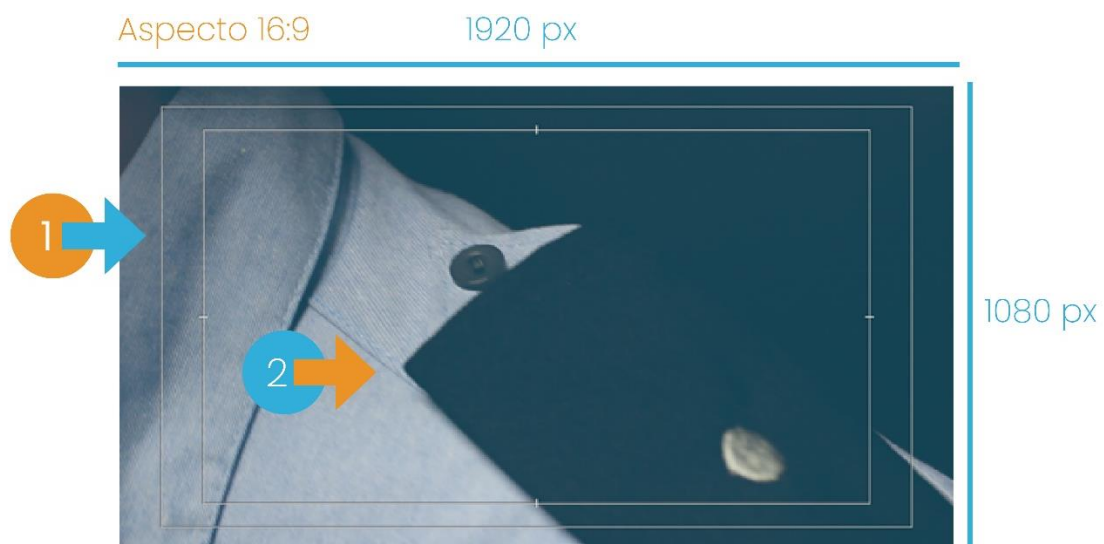
1. Se modificó la velocidad del plano 4, de modo que se reprodujera más lento y se notara por más tiempo el producto durante el movimiento de cámara.
2. Se cambió la tonalidad de la escena, con el fin de que se apreciara el producto de forma detallada.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes



8.4.2 Después



8.4.3 Justificación

1. Se modificó la velocidad del plano 5, de modo que se reprodujera más lento y se notara por más tiempo el producto durante el movimiento de cámara.
2. Se cambió la tonalidad de la escena, con el fin de que se apreciara el producto de forma detallada.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes



8.4.2 Después



8.4.3 Justificación

1. Se retiraron todas las tomas captadas con la cámara y se reemplazaron por otras.
2. Se incrementó el tamaño de la tipografía de la palabra “Confecciones Exclusivas”.
3. Se reemplazaron sólidos de color por nuevas tomas captadas con la cámara.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes

Aspecto 16:9

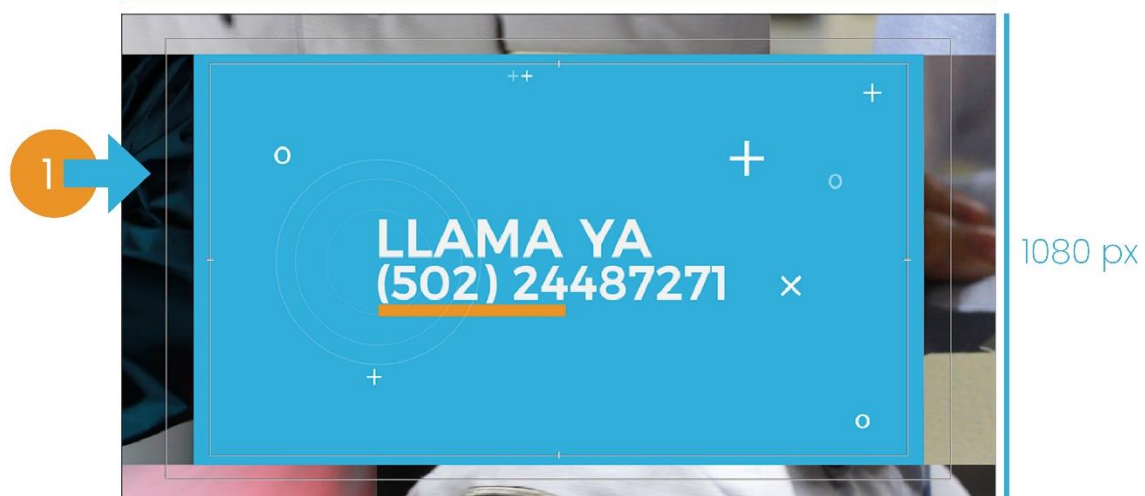
1920 px



8.4.2 Después

Aspecto 16:9

1920 px



8.4.3 Justificación

1. Se retiró la escena 22 para pautar la escena 21, donde se disminuyó su velocidad con el fin de mostrar por más tiempo el número de la empresa.

8.4 Cambios con base a resultados

8.4.1 Antes

Aspecto 16:9

1920 px

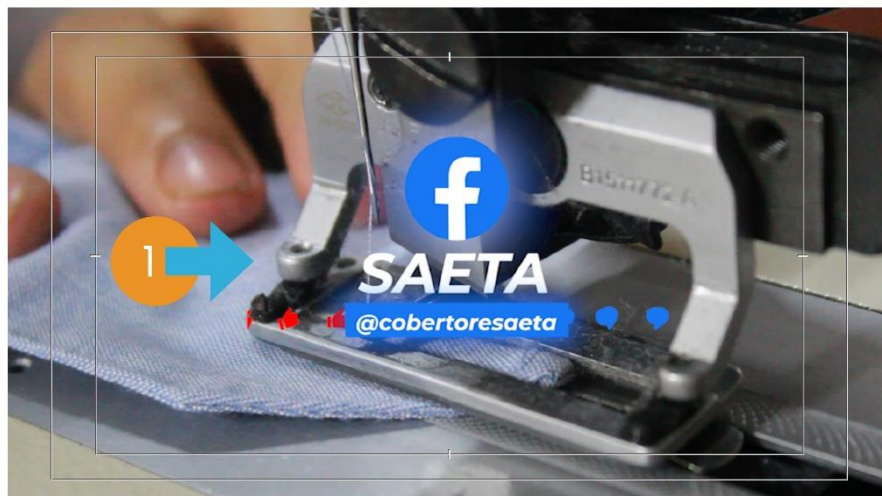


1080 px

8.4.2 Después

Aspecto 16:9

1920 px



1080 px

8.4.3 Justificación

1. Se generó una nueva animación con mayor duración en pantalla del contacto de Facebook de la empresa.





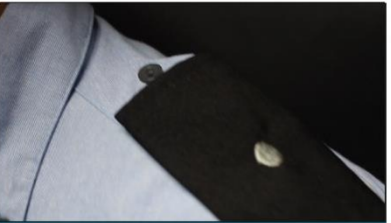







Capítulo IX

Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Storyboard de la propuesta gráfica final

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 1	ESC. 1	PL. Detalle	SEC. 1	ESC. 2	PL. Detalle	SEC. 2	ESC. 3	PL. Detalle
								
El material audiovisual empieza con una toma de un grupo de pantalones en fila.	Toma de camisas dobladas al peñar a la derecha. Texto animado de "Formar parte de un equipo".	Toma detalle de uniforme policial lateral, con animación "Formar parte de un equipo".						
SEC. 2	ESC. 4	PL. Detalle	SEC. 2	ESC. 5	PL. Detalle	SEC. 2	ESC. 6	PL. Entero
								
Toma detalle de uniforme policial de frente o pecho, con animación "Formar parte de un equipo".	Toma detalle de uniforme policial, específicamente del acabado en el hombro.	Animación de texto "Confecciones Exclusivas".						
SEC. 2	ESC. 7	PL. Entero	SEC. 3	ESC. 8	PL. Detalle	SEC. 3	ESC. 9	PL. Detalle
								
Conjunto de tomas de uniformes, máquina de costura, hilos y mochila impermeable y texto animado de "Confecciones Exclusivas".	Toma detalle de máquina de costura con prenda.	Toma detalle de máquina de costura.						
SEC. 4	ESC. 10	PL. Entero	SEC. 4	ESC. 11	PL. Detalle	SEC. 4	ESC. 12	PL. Detalle
								
Toma detalle de los hilos con texto animado de "En Saeta encontrarás".	Toma detalle de hilos.	Toma detalle de materia prima de la empresa.						

9.1 Storyboard de la propuesta gráfica final

Storyboard: Confecciones Exclusivas

SEC. 4 ESC. 13 PL. Detalle



Paneo de hilos en toma detalle y steadycam.

SEC. 5 ESC. 14 PL. Detalle



Toma detalle de costura y manga de vestimenta de la empresa.

SEC. 5 ESC. 15 PL. Detalle



Animación con conjunto de tomas del detalle de la máquina de costura y manga de vestimenta de la empresa.

SEC. 5 ESC. 16 PL. Detalle



Toma detalle de máquina de costura con prenda. Animación de texto de "Sastrería de alta calidad".

SEC. 6 ESC. 17 PL. Detalle



Toma detalle de tijeras al cortar tela. Animación de texto de "Fabricamos".

SEC. 6 ESC. 18 PL. Detalle



Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de texto de "Distribuimos".

SEC. 6 ESC. 19 PL. Detalle



Toma detalle de máquina de costura con una prenda, con teto animado de "Comercializamos".

SEC. 7 ESC. 20 PL. Entero



Toma entera y general de artículos promocionales.

SEC. 8 ESC. 21 PL. Detalle



Toma detalle de camisas dobladas y uniformes. Animación de texto de "Identificarte al lucir un atuendo Exclusivo".

SEC. 9 ESC. 22 PL. Entero



Animación de texto de "Llama ya (502) 24487271".

SEC. 10 ESC. 23 PL. Detalle



Toma detalle de máquina de costura con una prenda. Animación de red social de Facebook.

SEC. 10 ESC. 24 PL. Entero



Animación final del Isologo SAETA con fondo blanco.

9.2 Propuesta gráfica final de SAETA, S.A.

Se presenta la propuesta gráfica final de la producción del material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Enlace de la propuesta:

<https://drive.google.com/file/d/1XKbi-g03Yy6NM02C-56pmv3d-IWjulug/view?usp=sharing>

Código QR de la propuesta:



Capítulo X

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos

En esta etapa se determinó la idea y concepto, donde se elaboraron dos propuestas del material audiovisual.

Detalle	Horas	Costo por hora	Subtotal
Proceso creativo	15	Q 25.00	Q 375.00
Bocetaje de primera propuesta	8	Q 25.00	Q 200.00
Bocetaje de segunda propuesta	8	Q 25.00	Q 200.00
Escritura de guion	5	Q 25.00	Q 125.00
Total			Q 900.00

10.2 Plan de costos de producción

Se realizó la digitalización del storyboard, se realizó la grabación y la locución de voz del guion; se grabó vídeo de los productos, herramientas y materia prima de la empresa. A la vez, todo el material se trabajó en postproducción.

Detalle	Horas	Costo por hora	Subtotal
Digitalización de propuesta	6	Q 25.00	Q 150.00
Grabación de voz	2	Q 25.00	Q 50.00
Grabación de vídeo	12	Q 25.00	Q 300.00
Postproducción	50	Q 25.00	Q 1,250.00
Total			Q 1,750.00

10.3 Plan de costos de reproducción

El material audiovisual será entregado de forma digital, por lo que no tendrá costos de reproducción.

10.4 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 30 días en Facebook Ads, con un alcance diario de 2,700 personas.

Detalle	Días	Alcance de personas al día	Subtotal
Facebook Ads	30	2,700	Q 550.00
Total			Q 550.00

10.5 Cuadro de resumen

Detalle	Subtotal
Costos de elaboración	Q 900.00
Costos de producción	Q 1,750.00
Costos de reproducción	Q 0.00
Costos de distribución	Q 550.00
Subtotal	Q 3,200.00
Margen de utilidad (20%)	Q 640.00
Subtotal	Q 3,840.00
IVA (12%)	Q 460.80
Total	Q 4,300.80

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se elaboró la producción un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.
- Se recopiló toda información indispensable acerca la ocupación de la empresa SAETA, S.A. y los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección, que ofrece a sus clientes reales y potenciales, con el fin de incluirla estratégicamente en el material audiovisual.
- Se investigaron términos, conceptos y tendencias de vídeo y proceso de producción fundamentales, por medio de fuentes bibliográficas y sitios web que respalden científicamente la propuesta del material audiovisual que será visto por su grupo objetivo.
- Se creó un guion técnico y storyboard para visualizar y planificar la colocación de los elementos, planos y movimientos de cámara, durante la dirección del proyecto audiovisual que se le propondrá a la empresa SAETA, S.A.
- Se editó el material audiovisual a través de softwares especializados, tales como Adobe Premiere, After Effects y Media Encoder, para atraer a los usuarios de las redes sociales Facebook e Instagram.

11.2 Recomendaciones

- Se recomienda subir el material audiovisual en la página oficial de la empresa de Facebook e Instagram desde una computadora, en el navegador de su preferencia, con el fin de que no pierda calidad y así, invertir en publicidad a través de Facebook ads, para tener mayor alcance de usuarios, con ello, atraer a nuevos clientes.
- Con el propósito de mantener la presencia de SAETA, S.A. entre los usuarios, es importante elaborar un material audiovisual cuando un nuevo producto, servicio o promoción sea implementada en la empresa que, deberá implementar un llamado a la acción en la publicación de Facebook, donde las personas al terminar de visualizar el vídeo puedan acceder, comprar o contactarse con la empresa.
- Se aconseja fijar la publicación con el material audiovisual en la red social de la empresa, así se visualice principalmente al visitar el sitio. A su vez, compartirlo en las historias de Facebook e Instagram, con ello atraer a más usuarios al vídeo en el post original, y así obtener más visitas la página oficial de la empresa.
- Si se visualizará el vídeo en un celular, tablet o dispositivo similar, con el fin de apreciarlo correctamente, se sugiere verlo de forma horizontal. Además, verificar que durante su reproducción se encuentre activado el audio del dispositivo con un nivel de volumen considerable para apreciar la locución y música.
- Se invita a dar seguimiento a los usuarios de las redes sociales que comenten o reaccionen en la publicación del material audiovisual.

Capítulo XII

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Infografía



Infografía del conocimiento general de cursos concatenados durante la carrera de comunicación y diseño (2020).

Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13. Referencias de documentos electrónicos

A

Aguirre, M. (2020). *Todo Marketing*. Obtenido de Todo Marketing:
<https://www.todomktblog.com/2013/05/semiotica-de-imagen.html>

Anónimo. (30 de mayo de 2020). *Consumo Responde*. Obtenido de Consumo Responde:
<https://www.consumoresponde.es/art%C3%ADculos/que-son-los-productos-textiles>

Atz, S. (2020). *Psicología-Online*. Obtenido de Psicología-Online: <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-psicologia-del-color-y-para-que-sirve-4905.html>

B

Brailovsky, D. (2018). *deceducando.org*. Obtenido de deceducando.org:
<https://deceducando.org/2018/07/10/que-hace-la-pedagogia-y-por-que-es-importante-para-los-educadores/>

C

Camón, E. R. (2020). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente:
<https://psicologiaymente.com/desarrollo/andragogia>

Cardona, L. (2020). *Cyberclick.es*. Obtenido de Cyberclick.es:
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/video-marketing-tendencias-ventajas-y-beneficios-en-redes-sociales>

Caurin, J. (2018). *Emprendepyme.net*. Obtenido de Emprendepyme.net:
<https://www.emprendepyme.net/comercializacion>

Centro Universitario de Comunicación. (2020). *Cuc.edu.mx*. Obtenido de Cuc.edu.mx:
<https://cuc.edu.mx/2019/06/10/que-es-la-comunicacion-audiovisual/>

Comunicólogos. (2020). *Comunicologos.com*. Obtenido de Comunicologos.com:
<https://www.comunicologos.com/teorias/perfil-harold-dwight-lasswell/>

Crespo, R. (2012). *Cisolog.com*. Obtenido de Cisolog.com:
<http://cisolog.com/sociologia/que-es-la-sociologia/>

Cyberclick. (2020). *Cyberclick.es*. Obtenido de Cyberclick.es:
<https://www.cyberclick.es/publicidad>

D

Definición XYZ. (2020). *definicion.xyz*. Obtenido de definicion.xyz:
<https://www.definicion.xyz/2017/11/psicologia-de-la-comunicacion.html>

Definición.de. (2008). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/musica/>

Definición.de. (2020). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de:
<https://definicion.de/semiologia/>

Definición.de. (2020). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de:
<https://definicion.de/semiotica/>

Definiciona. (2020). *Definiciona.com*. Obtenido de Definiciona.com:
<https://definiciona.com/sastreria/>

Divulgación Dinámica. (2018). *divulgaciondinamica.es*. Obtenido de divulgaciondinamica.es:
<https://www.divulgaciondinamica.es/blog/que-es-una-tipografia-cuando-y-como-debemos-usarla/>

E

EcuRed. (2020). *ecured.cu*. Obtenido de edured.cu:
<https://www.ecured.cu/Cibern%C3%A9tica>

Educaweb. (2020). *educaweb.com*. Obtenido de educaweb.com:
<https://www.educaweb.com/profesion/disenador-textil-382/>

Einatec. (2020). *einatec.com*. Obtenido de einatec.com: <https://einatec.com/disenio-grafico-publicitario/>

Enciclopedia Económica. (2020). *enciclopediaeconomica.com*. Obtenido de enciclopediaeconomica.com: <https://enciclopediaeconomica.com/mercadeo/>

Escuela de Arte Collado. (2020). *escueladeartecollado.com*. Obtenido de [escueladeartecollado.com](http://www.escueladeartecollado.com): <http://www.escueladeartecollado.com/un-repaso-a-la-teoria-del-color/>

ESERP. (2020). *Es.eserp.com*. Obtenido de ES.eserp.com: <https://es.eserp.com/articulos/que-es-comunicacion-corporativa/>

F

Fernández, S. B. (2020). *espaciobim.com*. Obtenido de espaciobim.com: <https://www.espaciobim.com/video-en-360-grados>

Ferreira, T. (2017). *Blog Rock Content*. Obtenido de Blog Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-diseno/>

Fuller, R. B. (1977). *fido.palermo.edu*. Obtenido de fido.palermo.edu: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/20456_20029.pdf

G

GCFGlobal. (2020). *edu.gcfglobal.org*. Obtenido de edu.gcfglobal.org: <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-diseno-grafico/teoria-del-color/1/>

I

INE. (2018). *www.ine.gob.gt*. Obtenido de <https://www.ine.gob.gt/ine/censo-nacional-de-recurso-humano/>

INFOLIBROS. (2020). *infolibros.org*. Obtenido de infolibros.org: <https://infolibros.org/que-es-el-dibujo/>

Instituto Nacional de Estadística - INE. (2018). *www.ine.gob.gt*. Obtenido de <https://www.ine.gob.gt/ine/censo-nacional-de-recurso-humano/>

Instituto para el Desarrollo de la Psicología de la Imagen. (2020). *psicologiadelnuevohumanismo.org*. Obtenido de [psicologiadelnuevohumanismo.org: https://psicologiadelnuevohumanismo.org/wp-content/uploads/2015/11/Introducci%C3%B3n-a-la-Psicolog%C3%ADa-de-la-im%C3%A1gen.pdf](https://psicologiadelnuevohumanismo.org/wp-content/uploads/2015/11/Introducci%C3%B3n-a-la-Psicolog%C3%ADa-de-la-im%C3%A1gen.pdf)

K

Kamiya, A. (2019). *CreceNegocios*. Obtenido de *CreceNegocios*: <https://www.crecenegocios.com/distribucion/>

M

Miralles, D. M. (2020). *Monstruos del Diseño*. Obtenido de *Monstruos del Diseño*: <https://monstruosdeldiseno.com/disenio-grafico/que-hace-un-disenador-grafico>

Morales, A. (2020). *Toda Materia*. Obtenido de *Toda Materia*: <https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/>

Museo Valencia D'etnología. (2020). *letno.es*. Obtenido de *letno.es*: <http://www.letno.es/es/content/que-es-la-etnologia>

N

Nardi, G. (2020). *Desnudando el Marketing*. Obtenido de *Desnudando el Marketing*: <https://desnudandoelmarketing.com/psicologia-del-consumidor/>

Nuño, P. (2017). *Emprendepyme.net*. Obtenido de *Emprendepyme.net*: <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-imagen-corporativa-e-identidad-corporativa.html>

O

Obeso, P. (2020). *Blog Rock Content*. Obtenido de Blog Rock Content:
<https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>

R

Raffino, M. E. (2019). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/cinematografia/>

Raffino, M. E. (2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/psicologia-3/>

Raffino, M. E. (2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/tecnologia/>

Real Academia Española. (2020). *dle.rae.es*. Obtenido de dle.rae.es:
<https://dle.rae.es/fabricar>

Real Academia Española. (2020). *dle.rae.es*. Obtenido de dle.rae.es:
<https://dle.rae.es/confecci%C3%B3n>

T

Torres, A. (2020). *Psicologiyamente.com*. Obtenido de Psicologiyamente.com:
<https://psicologiyamente.com/psicologia/teoria-gestalt>

U

Universidad UNIACC. (2020). *blog.uniacc.cl*. Obtenido de blog.uniacc.cl:
<https://blog.uniacc.cl/conoces-la-diferencia-entre-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-y-multimedia>

Uriarte, J. M. (2020). *Características.co*. Obtenido de Características.co:
<https://www.caracteristicas.co/fotografia/>

V

Vieira, D. (2020). *Blog Rock Content*. Obtenido de Blog Rock Content:
<https://rockcontent.com/es/blog/que-es-storytelling/>

W

Watchity. (2020). *watchity.com*. Obtenido de watchity.com:
<https://www.watchity.com/es/blog/live-streaming-estrategia-marketing/>

Capítulo XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A: Tabla del grupo objetivo de SAETA, S.A.

Perfil demográfico del grupo objetivo

Género	Hombres y mujeres.	Propiedades	Rentadas o financiadas de tres a una recámara, dos baños y garaje con espacio para dos vehículos.
Edad	Entre 25 a 35 años.		
Nivel Socioeconómico	C1, C2 y C3, con ingresos devengados de Q 25,600.00 a Q 11,900.00	Bienes de comodidad	Teléfono fijo, celulares, televisores con cable, Internet y electrodomésticos básicos.
Desempeño	Ejecutivos de nivel medio, empresarios, emprendedores, comerciantes, vendedores y dependientes.	Educación hijos	Sus hijos menores suelen realizar sus estudios en colegios privados. Los mayores en universidades privadas o estatales, con la oportunidad de educarse en el extranjero por medio de una beca.
Educación	Universitario superior y de licenciatura.		
Vehículos	Compactos entre 3 a 10 años.		

Anexo B: Tabla de niveles socioeconómicos Multivex 2015.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q81,200.00	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 escuela	Hijos en escuela	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, 4 salas, pantry, alacena, estudios area 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 area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area 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 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanzo 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 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	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	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: Tabla de tendencias de vídeo 2020.

Tendencias 2020					
<p>Video Marketing</p>	<p>Es una herramienta de marketing digital, a través del uso de imágenes audiovisuales, transmitidas principalmente en internet, con el fin de cumplir objetivos estratégicos de mercadeo.</p>		<p>Live Video</p>	<p>Es la emisión de vídeo en tiempo real, donde se transmiten estrategias innovadoras para fidelizar, interactuar y captar usuarios en redes sociales.</p>	
	<p>Es el arte de adaptar, desarrollar y contar historias por medio de elementos, en circunstancias de inicio, nudo y desenlace, con el objetivo de transmitir un mensaje creativo e inolvidable, que se conecte emocionalmente con el espectador.</p>	<p>Storytelling</p>		<p>Permite tener una vista panorámica, que se puede modificar su foco mientras se reproduce. De modo que, otorga una experiencia similar a la realidad virtual.</p>	<p>Vídeo 360°</p>

Anexo D: Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Estructurar los elementos que se mostrarán dentro del encuadre.	Dibujo a mano alzada.	Armonía
Líneas	Visualizar una correcta composición de elementos.	Ley de tercios, de la mirada y de horizonte.	Dirección
Edición	Editar el material audiovisual.	Adobe Premiere Adobe After Effects Adobe Audition Adobe Media Encoder	Sincronía
Tipografía	Permitir la legibilidad del texto para el espectador.	Jerarquía y creatividad, Adobe After Effects.	Orden
Tablas de contenido	Definir tomas, planos, ángulos y movimientos de cámara.	Diseño plano.	Importancia
Isologo	Identificar a SAETA, S.A. en el material audiovisual	Animación Adobe Illustrator Adobe After Effects	Representativo Profesionalismo
Fotografías	Capturar fotogramas de la composición visual de cada encuadre.	Fotografía Cámara Canon, objetivos, flash speedlight	Estética
Color	Definir una paleta de color que, apoyen visualmente la comprensión del mensaje.	Círculo cromático Adobe Illustrator Colorización Adobe Premiere	Unión
Audio	Pronunciar los momentos culminantes del audiovisual.	Adobe Audition	Interés

Anexo F: Instrumento de validación digital en Google Forms



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de tesis

Instrumento de validación

La presente encuesta pretende percibir el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual.

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Guatemala, Guatemala 2021.





Antecedentes

SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta. Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

Anexo G: Instrumento de validación**Facultad de Ciencias de la Comunicación****FACOM****Licenciatura en Comunicación y Diseño****Proyecto de tesis**

Género: F M **Perfil:** Experto Cliente Grupo objetivo

Nombre: _____ **Edad:** _____

Profesión: _____ **Puesto:** _____

Años de experiencia en el puesto: _____

Encuesta de validación del proyecto

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.

Guatemala, Guatemala 2021.

Antecedentes:

SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta.

Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

Instrucciones:

A continuación, se mostrará una serie de preguntas referentes al material audiovisual, subraye o encierre en un círculo la respuesta que usted considere más adecuada.

Parte objetiva

1. ¿Considera usted importante producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.?

Sí No

2. ¿Considera usted necesario recopilar información acerca de la empresa y sus principales productos y servicios para incorporarlo en el proyecto?

Sí No

3. ¿Considera usted importante investigar acerca de producción audiovisual y sus tendencias actuales para aplicarlo en el desarrollo del material audiovisual?

Sí No

4. ¿Considera usted importante la implementación de una locución durante el vídeo?

Sí No

Parte semiológica

5. ¿Considera usted que los colores y tonalidades utilizados en el material audiovisual, es adecuada a los de la empresa?

Muy adecuadas Adecuada Poco adecuadas Nada adecuadas

6. ¿Considera usted la locución del vídeo apropiada?

Muy apropiada Apropiada Poco apropiada Nada Apropiada

7. ¿Considera usted que la tipografía de la producción audiovisual es legible?

Muy legible Legible Poco legible Nada legible

8. ¿Considera usted que la música del material audiovisual es apropiada?

Muy apropiada Apropriadada Poco apropiada Nada apropiada

9. ¿Considera usted que la animación de elementos y textos es adecuada?

Muy adecuada Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

Parte operativa

10. ¿Considera que la animación del vídeo captó su atención?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Nada de acuerdo

11. ¿Considera usted que la resolución del material audiovisual es?

Muy buena Buena Media Baja

12. ¿Considera usted que el tiempo del material audiovisual (31 segundos) es suficiente para promover los productos y servicios de la empresa?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Nada de acuerdo

13. ¿Considera usted que la producción audiovisual brinda información adecuada acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Nada de acuerdo

14. ¿Considera usted necesaria la animación final del isologo de la empresa?

Muy necesario Necesario Poco necesario Nada necesario

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para responder el cuestionario. Si desea realizar una observación o sugerencia puede realizar su comentario en el siguiente espacio: _____

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo H: Encuesta aplicada a expertos.

Lic. David Castillo

No se pueden editar las respuestas

Instrumento de validación

La presente encuesta pretende percibir el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual.

*Obligatorio

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Guatemala, Guatemala 2021.



Antecedentes

SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta.

Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

Instrucciones

A continuación, se mostrará una serie de preguntas referentes al material audiovisual, seleccione la respuesta que usted considere más adecuada.

Parte semiológica

¿Considera usted que los colores y tonalidades utilizados en el material audiovisual, es adecuada a los de la empresa? *

- Muy adecuadas
 Adecuada
 Poco adecuadas
 Nada adecuadas

¿Considera usted la locución del video apropiada? *

- Muy apropiada
 Apropiada
 Poco apropiada
 Nada Apropiada

¿Considera usted que la tipografía de la producción audiovisual es legible? *

- Muy legible
 Legible
 Poco legible
 Nada legible

¿Considera usted que la música del material audiovisual es apropiada? *

- Muy apropiada
 Apropiada
 Poco apropiada
 Nada apropiada

Datos Generales

Género *

- Femenino
 Masculino

Perfil *

- Experto
 Cliente
 Grupo Objetivo

Nombre *

David Castillo

Edad *

42

Profesión *

Productor

Puesto *

Director

Años de experiencia en el puesto *

15

Parte operativa

¿Considera que la animación del video captó su atención? *

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

¿Considera usted que la resolución del material audiovisual es? *

- Muy buena
 Buena
 Media
 Baja

¿Considera usted que el tiempo del material audiovisual (31 segundos) es suficiente para promover los productos y servicios de la empresa? *

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

¿Considera usted que la producción audiovisual brinda información adecuada acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa? *

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

Anexo H: Encuesta aplicada a expertos.

Lic. Guillermo García



No se pueden editar las respuestas.

Instrumento de validación

La presente encuesta pretende percibir el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual.

***Obligatorio**

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Guatemala, Guatemala 2021.

Antecedentes
SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta. Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

Instrucciones
A continuación, se mostrará una serie de preguntas referentes al material audiovisual, seleccione la respuesta que usted considere más adecuada.

Parte Objetiva

¿Considera usted importante producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.? *

Sí
 No

¿Considera usted necesario recopilar información acerca de la empresa y sus principales productos y servicios para incorporarlo en el proyecto? *

Sí
 No

¿Considera usted importante investigar acerca de producción audiovisual y sus tendencias actuales para aplicarlo en el desarrollo del material audiovisual? *

Sí
 No

¿Considera usted importante la implementación de una locución durante el video? *

Sí
 No

Datos Generales

Género *

Femenino
 Masculino

Perfil *

Experto
 Cliente
 Grupo Objetivo

Nombre *
guillermo garcia

Edad *
46

Profesión *
lic en publicidad

Puesto *
catedrático

Años de experiencia en el puesto *
15

Parte operativa

¿Considera que la animación del video captó su atención? *

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

¿Considera usted que la resolución del material audiovisual es? *

Muy buena
 Buena
 Media
 Baja

¿Considera usted que el tiempo del material audiovisual (31 segundos) es suficiente para promover los productos y servicios de la empresa? *

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

¿Considera usted que la producción audiovisual brinda información adecuada acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa? *

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

Anexo H: Encuesta aplicada a expertos.



Lic. Carlos Jiménez

No se pueden editar las respuestas.

Instrumento de validación

La presente encuesta pretende percibir el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual.
*Obligatorio

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Guatemala, Guatemala 2021.

Antecedentes
SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta.
Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

Instrucciones
A continuación, se mostrará una serie de preguntas referentes al material audiovisual, seleccione la respuesta que usted considere más adecuada.

Parte Objetiva

¿Considera usted importante producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.? *

Sí
 No

¿Considera usted necesario recopilar información acerca de la empresa y sus principales productos y servicios para incorporarlo en el proyecto? *

Sí
 No

¿Considera usted importante investigar acerca de producción audiovisual y sus tendencias actuales para aplicarlo en el desarrollo del material audiovisual? *

Sí
 No

¿Considera usted importante la implementación de una locución durante el video? *

Sí
 No

Datos Generales

Género *

Femenino
 Masculino

Perfil *

Experto
 Cliente
 Grupo Objetivo

Nombre *
Carlos Antonio Jiménez Ramírez

Edad *
28

Profesión *
Diseñador Gráfico

Puesto *
Catedrático Facom

Años de experiencia en el puesto *
11

Parte operativa

¿Considera que la animación del video captó su atención? *

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

¿Considera usted que la resolución del material audiovisual es? *

Muy buena
 Buena
 Media
 Baja

¿Considera usted que el tiempo del material audiovisual (31 segundos) es suficiente para promover los productos y servicios de la empresa? *



Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

¿Considera usted que la producción audiovisual brinda información adecuada acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa? *

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Poco de acuerdo
 Nada de acuerdo

Anexo H: Encuesta aplicada a cliente.

Sr. Oscar Tavico, propietario de SAETA, S.A.

<p>No se pueden editar las respuestas</p> <h3>Instrumento de validación</h3> <p>La presente encuesta pretende percibir el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual. *Obligatorio</p> <p>Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Guatemala, Guatemala 2021.</p>   <p>Antecedentes SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavico, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar: los servicios de sastrería y confección de vestimenta. Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.</p> <p>Instrucciones A continuación, se mostrará una serie de preguntas referentes al material audiovisual, seleccione la respuesta que usted considere más adecuada.</p>	<h3>Datos Generales</h3> <p>Género *</p> <p><input type="radio"/> Femenino <input checked="" type="radio"/> Masculino</p> <p>Perfil *</p> <p><input type="radio"/> Experto <input checked="" type="radio"/> Cliente <input type="radio"/> Grupo Objetivo</p> <p>Nombre * Oscar Tavico</p> <p>Edad * 25</p> <p>Profesión * Administrador</p> <p>Puesto * Gerencia</p>
<h3>Parte Objetiva</h3> <p>¿Considera usted importante producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A.? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>¿Considera usted necesario recopilar información acerca de la empresa y sus principales productos y servicios para incorporarlo en el proyecto? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>¿Considera usted importante investigar acerca de producción audiovisual y sus tendencias actuales para aplicarlo en el desarrollo del material audiovisual? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>¿Considera usted importante la implementación de una locución durante el video? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p>	<h3>Parte semiológica</h3> <p>¿Considera usted que los colores y tonalidades utilizados en el material audiovisual, es adecuada a los de la empresa? *</p> <p><input type="radio"/> Muy adecuadas <input checked="" type="radio"/> Adecuada <input type="radio"/> Poco adecuadas <input type="radio"/> Nada adecuadas</p> <p>¿Considera usted la locución del video apropiada? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy apropiada <input type="radio"/> Apropiada <input type="radio"/> Poco apropiada <input type="radio"/> Nada Apropiada</p> <p>¿Considera usted que la tipografía de la producción audiovisual es legible? *</p> <p><input type="radio"/> Muy legible <input checked="" type="radio"/> Legible <input type="radio"/> Poco legible <input type="radio"/> Nada legible</p> <p>¿Considera usted que la música del material audiovisual es apropiada? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy apropiada <input type="radio"/> Apropiada <input type="radio"/> Poco apropiada <input type="radio"/> Nada apropiada</p>

Anexo H: Encuesta aplicada a grupo objetivo.

Evidencia de conjunto de comentarios a través de la encuesta digital en Google

Forms.

Instrumento de validación

La presente encuesta pretende percibir el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual.
*Obligatorio

Producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A. Guatemala, Guatemala 2021.




Antecedentes
SAETA, S.A. se encuentra ubicada en zona 21, Guatemala, Guatemala, esta fue fundada el 15 de marzo del 2016 por el señor Oscar Tavio, dedicada a la elaboración de diversos productos textiles, entre los que se puede mencionar los servicios de sastrería y confección de vestimenta.
Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es producir un material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa.

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para responder el cuestionario. Si desea realizar una observación o sugerencia puede realizar su comentario en el siguiente espacio:

31 respuestas

Todo bien

Buen material

Estuvo bien, únicamente considero que se saturó de colores en partes del video

Me gusto

Capto mi atención desde el primer segundo

Muy buena propuesta.

Se debería dar más tiempo para que se capte bien como poder ubicar en redes a la empresa.

Me parece un poco suaves los colores.

Muy buena

Muchas gracias por su colaboración.

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para responder el cuestionario. Si desea realizar una observación o sugerencia puede realizar su comentario en el siguiente espacio:

31 respuestas

Todo está bien

.

No

No tengo comentario.

Ninguna

Buen material informativo

Es necesaria una introducción mas explosiva

Mayor duración del la información de contacto en pantalla.

Felicidades.

Anexo I: Fotografía o evidencia digital de validación con expertos.

Lic. David Castillo

Solicitud de validación de proyecto de tesis Recibidos x



Sharon Marilyn Jeannette De León Archila <sharon.deleon@galileo.edu>

para David, David ▾

Buenos días Licenciado Castillo,

Es un gusto saludarle, el motivo del presente es solicitar de la manera más atenta, su apoyo para validar mi proyecto de tesis.

Mi proyecto es una producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles

Enlace o Código QR del instrumento de validación:

<https://forms.gle/ud4Vx1EtvZKnJLcS9>



A su vez, agradeceré pueda proporcionarme por favor lo siguiente:

- Captura de pantalla al responder el instrumento.
- Fotografía respondiendo el instrumento.

Muchísimas gracias por su tiempo y atención,
saludos cordiales.

Sharon De León A.

Estudiante de Facom.

Camé 17011901



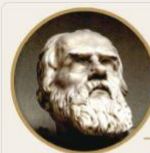
David Castillo <davidcastillo@galileo.edu>

para mí, David ▾

Listo ya conteste tu encuesta de validación, cualquier duda me comentas.

Saludos.

David.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

**Facultad de Ciencias
de la Comunicación
FACOM
Licenciatura en
Comunicación y Diseño
Proyecto de tesis**

Instrumento de validación

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

El formulario se creó en Universidad Galileo. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios

Anexo I: Fotografía o evidencia digital de validación con expertos.

Lic. Guillermo García



Sharon Marilyn Jeannette De León Archila <sharon.deleon@galileo.edu>
para gletona ▾

Buenos días Licenciado García,

Es un gusto saludarle, el motivo del presente es solicitar de la manera más atenta, su apoyo para validar mi proyecto de tesis.

Mi proyecto es una producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles

Enlace o Código QR del instrumento de validación:

<https://forms.gle/ud4Vx1EtvZKnJLcS9>



A su vez, agradeceré pueda proporcionarme por favor lo siguiente:

- Captura de pantalla al responder el instrumento.
- Fotografía respondiendo el instrumento.

Muchísimas gracias por su tiempo y atención,
saludos cordiales.

Sharon De León A.

Estudiante de Facom.

Carné 17011901



"Guillermo García Letona M. Sc." <gletona@galileo.edu>
para mí ▾

Listo, saludos

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para responder el cuestionario. Si desea realizar una observación o sugerencia puede realizar su comentario en el siguiente espacio:

*

Excelente video, solo las primeras 5 tomas del inicio se cortan muy rapido,

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo I: Fotografía o evidencia digital de validación con expertos.

Lic. Carlos Jiménez

Solicitud de validación de proyecto de tesis Recibidos x



Sharon Marilyn Jeannette De León Archila <sharon.deleon@galileo.edu>

para cjimenez ▾

Buenos días Licenciado Jiménez,

Es un gusto saludarle, el motivo del presente es solicitar de la manera más atenta, su apoyo para validar mi proyecto de tesis.

Mi proyecto es una producción de material audiovisual para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los productos textiles

Enlace o Código QR del instrumento de validación:

<https://forms.gle/ud4Vx1EtvZKnJLcS9>



A su vez, agradeceré pueda proporcionarme por favor lo siguiente:

- Captura de pantalla al responder el instrumento.
- Fotografía respondiendo el instrumento.

Muchísimas gracias por su tiempo y atención,
saludos cordiales.

Sharon De León A.

Estudiante de Facom.

Carné 17011901



Carlos Antonio Jimenez Ramirez <cjimenez@galileo.edu>

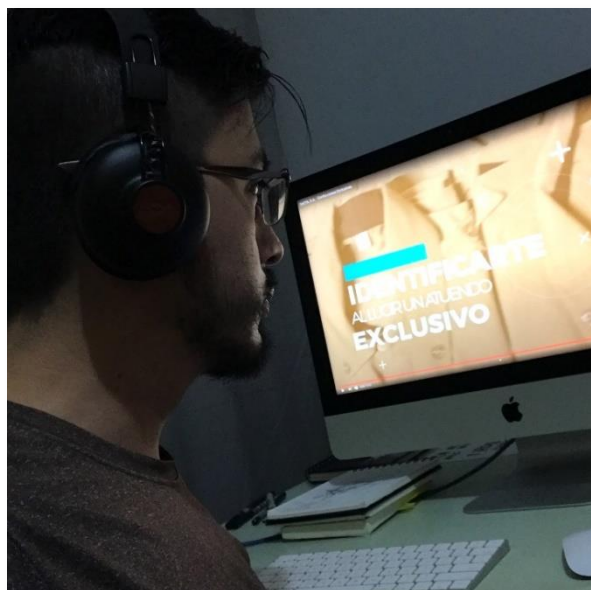
para mí ▾

Buen día, ya he revisado su proyecto, mi única observación es en cuanto a la música.
Adjunto lo solicitado.

Lic. Carlos Antonio Jiménez Ramírez

Diseñador Gráfico

cjimenez@galileo.edu



Galileo UNIVERSIDAD
La Sensación en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de tesis

Instrumento de validación
*Obligatorio

Parte semiológica

¿Considera usted que los colores y tonalidades utilizados en el material audiovisual, es adecuada a los de la empresa? *

Muy adecuada
 Adecuada
 Poco adecuada
 Nada adecuada

¿Considera usted la locución del video apropiada? *

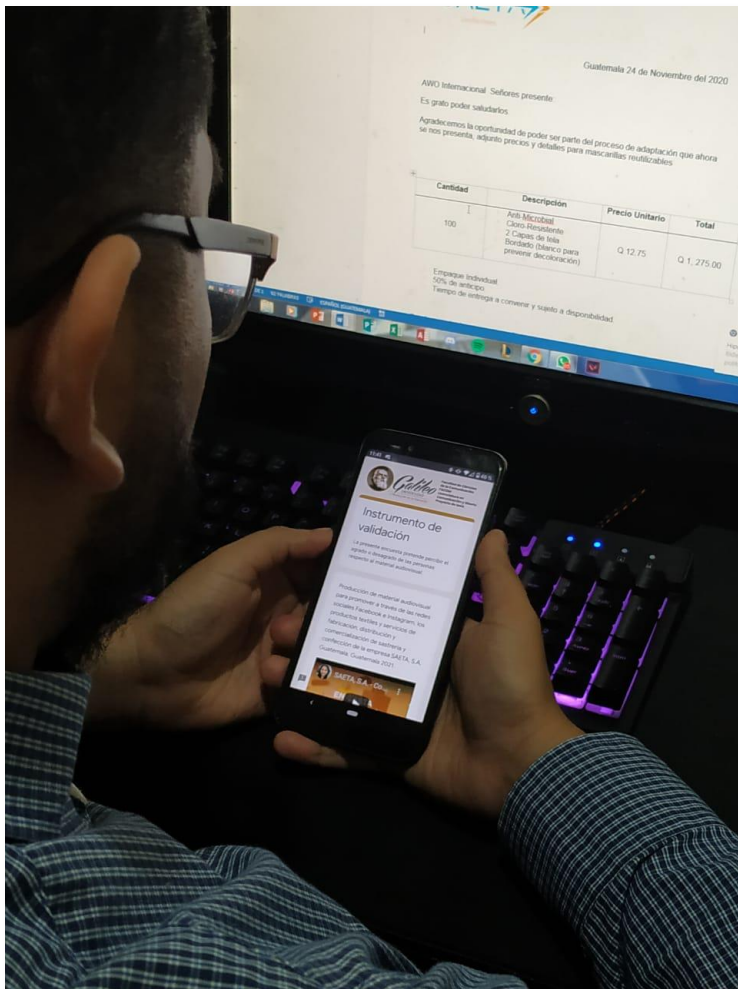
Muy apropiada
 Apropiada
 Poco apropiada
 Nada apropiada

¿Considera usted que la tipografía de la producción audiovisual es legible? *

Muy legible
 Legible
 Poco legible
 Nada legible

Anexo I: Fotografía o evidencia digital de validación con el cliente.

Sr. Oscar Tavico, propietario de SAETA, S.A.



Anexo J: Cotizaciones.**Empresa SOS Films.**

Guatemala 25 de noviembre de 2020.

Sr.
Oscar Tavico

A continuación le presentamos los detalles del servicio que nos solicitó.

- Video institucional SAETA, S.A.
- Duración de 30 segundos.
- Dimensión 1920x1080 FHD
- Grabación de los productos y maquinaria.
- Edición del vídeo.
- Transiciones y textos animados.
- Animación final del logotipo.
- Locución de voz en off de acuerdo al vídeo.

Q 4250.00


Atentamente,



35 Av. 1-59, Zona 6 de Mixco, Guatemala
4004 3087 / sosfilmsgt@gmail.com

Anexo J: Cotizaciones.

Empresa Evolución Cinema.



Estimado: Guatemala 24 de Noviembre del 2020
 Oscar Tavico
 SAETA, S.A.

Presente

En **EVOLUCION CINEMA** sabemos que para ustedes este proyecto es muy importantes, aquí le presentamos nuestra propuesta, para realización de video que promueva los productos textiles y servicios de fabricación, distribución y comercialización de sastrería y confección de la empresa SAETA, S.A., con las siguientes características:

<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 	<p>Descripción</p> <p>1 día de grabación en fabrica, productos y maquinaria (platicar si necesitan mas de un día por la dimensión del lugar y productos)</p> <p>Duración de 30 seg.</p> <p>Dimensión 1920x1080 FHD</p> <p>Edición del vídeo.</p> <p>Transiciones y textos animados.</p> <p>Animación final del logo.</p> <p>Locución de voz en off de acuerdo al vídeo.</p> <p>Entrega en formato digital y adaptación a plataformas digitales.</p>	<p>Total Q. 10,000.00</p>
---	--	----------------------------------

▪ **TERMINOS Y CONDICIONES DE PAGO**

1. La forma de pago es 50% de anticipo al aceptar el proyecto y 50% al entregar el proyecto.

Datos para realizar el pago:
 Banco GYT Continental
 Nombre de EVOLUCION CINEMA S.A.
 Cuenta No.: 008-0006124-5
 Cuenta Monetaria

Cheques a nombre de:
 EVOLUCION CINEMA S.A

Es un gusto atenderle, atentamente,

Edgar Pinzón
 502 44837-5033

EVOLUCION PRODUCCIONES
 Km. 23.6 Carretera a El Salvador, Edificio Villa de Guadalupe oficina 602
 Guatemala CA. (502) 4837-5033 o (502) 4093-0087.

Anexo J: Cotizaciones.

Empresa CBK Producciones.



Guatemala 23 de noviembre de 2020.

Servicio de filmación profesional.

Estimado Oscar Tavico
SAETA, S.A.
Muy buen día.

Es muy grato saludarle y desearle éxitos en su vida, gracias por confiar siempre en CBK Producciones para trabajar en su producción audiovisual.

Nuestros 10 años de experiencia realizando **Filmaciones profesionales**, nos caracteriza por destacar y realzar todos los elementos humano y técnico que desea resaltar en su empresa.

Crew de Filmación:

- Director de fotografía/ operador de cámara
- Técnico de audio / operador de cámara
- Técnico de iluminación
- operador de cámara
- Editor

Equipo de Filmación:

- 2 Cámaras con rango dinámico de CINE Panasonic Lumix GH5s 4K . . .
- 1 Sistema de estabilización Ronin M, y/o Zhiyun crane 3
- 2 Tripodes Manfrotto,
- 6 Lentes de CINE ROKINON: 8mm, 14mm, 24mm, 35mm, 50mm 85mm
- 2 micrófono de solapa Sennheiser G3 profesionales.
- 1 grabadora de audio Zoomh6N
- 6 C-stand de 3.5mts de alto.
- 1 Dolly de 2mts
- 1 Grúa de 4 mts

ILUMINACIÓN.

- 12,000 watts de iluminación cinematográfica profesional.
- 2 Softbox de 2,00Watts.
- 2 Arri Arrilite 600W
- 2 LED Fresnel ADJ para cine ENCORE FR150Z 1500W 3200K
- 2 luces Fresnel LED 1500W para cine – 6500k.
- 2 Fresnel LED 1000W para cine – 6500k incluye Stand
- 6 Banderas 30x60cm / 40x20



- Reflectores redondos - Cantidad: 2 de 1.90m y de 80cm

Proceso de Filmación.

- A) Se llevará a cabo una primera reunión para conceptualizar ideas, se creará guion audiovisual y firma de contrato.
- B) Se CANDELIZARÁN FECHAS DE RODAJE y lugares a filmar.
- C) Los servicios a cubrir son:
 - Duración de 30 segundos.
 - Dimensión 1920x1080 FHD
 - Grabación de los productos y maquinaria.
 - Edición del video.
 - Transiciones y textos animados.
 - Animación final del logo.
 - Locución de voz en off de acuerdo al video.

Formato de entrega del material final:

- D) El video se entregará editado en Premiere CC 2020, con calidad cinematográfica en calidad: **Full HD** 1920 x1080 a 24fps, 30, 60fps o en **HD** 1280x720 según el formato solicitado por el cliente para manejo de redes, se entregará en **formato digital, USB.**
- E) La duración del video: se entregarán **1 edición** para manejo de redes o canales de TV de **30 seg a 1 min aprox** según la conveniencia del cliente, tipo Spot Publicitario, según la conveniencia del cliente.

Costo de Filmación:

El costo de la filmación incluye: 1 día de producción de 7 horas, 3 técnicos en rodaje, incluye también los gastos de producción de transporte, de equipo y técnicos dentro de la ciudad capital, se utilizarán las tomas del día de filmación y se crearán escenas que reflejen la calidad de sus servicios y productos de su empresa, incluye voz institucional de locutor profesional.

Costo Q. 9,975.00 Incluye IVA.

FORMA DE PAGO:

- 40% *Contra firma de contrato, conceptualización de ideas y reserva de fecha.*
- 60% *el día de entrega de material final.*

Nota: El costo final **NO incluye:** costo de Drone, Props (Los props son objetos o accesorios utilizados por los personajes y actores en una escena audiovisual, de teatro y cine), pago de personas de actores y extras para salir en escena, bailarines, búsqueda y contratación de locaciones, búsqueda y contratación de actores, pago de maquillista, vestuario, alquiler de vehículos, pago de hoteles, combustible y comidas (viáticos), parqueo.

Julio G. Apopa
Productor / Director
502 + 56722812
cbkproducciones@gmail.com

Anexo K: Investigación

Producción audiovisual

La producción audiovisual es el arte de crear un producto conformado por una secuencia de imágenes acompañado por sonido, para ser transmitido en medios de comunicación, como el cine, la televisión y redes sociales.

Para su elaboración, es necesario que se desarrollen un conjunto de tareas coordinadas por diferentes profesionales, cuyo propósito es generar productos audiovisuales como vídeos de diferentes tipos, desde corporativos, anuncios publicitarios, clips musicales, documentales, hasta cortometrajes, series televisivas y películas.

En el transcurso de una producción audiovisual, se debe laborar con organización, coordinación y estrategia. A su vez, se desarrolla en tres fases principales como la preproducción, producción y postproducción. En ellas participan en conjunto distintos profesionales, donde unen talento, experiencia y conocimiento de forma colaborativa o coordinada para la creación del producto audiovisual de gran calidad que responda a las necesidades y demandas del cliente.

Fases de la producción audiovisual

La **preproducción** es donde se realiza toda la planificación previa del proyecto, se desarrolla desde que nace la idea y finaliza con el inicio de las grabaciones, con la confección de un programa de trabajo que establece las actividades diarias que deberán efectuar para ajustarse a las previsiones del equipo de producción, en esta fase se concretará el presupuesto, los medios que utilizarán, los profesionales que van a participar y las localizaciones que se emplearán.

Durante esta etapa se lleva a cabo la supervisión y corrección del guion literario y técnico, también se ejecuta la contratación de los equipos técnicos, artísticos, de edición, de vestuario y de maquillaje con los que se contará durante la realización del proyecto.

La siguiente fase de la producción audiovisual es la **producción**, donde inicia el rodaje y se ejecuta todo lo planificado en la etapa de preproducción. A su vez, se incorporan los actores, modelos, el equipo de dirección artística, decoración, cámaras, técnicos de sonido e iluminadores. Durante su desarrollo se registra el trabajo en una orden diaria.

La **postproducción** es la última fase de la elaboración de un producto audiovisual, donde el director y el realizador decidirán qué material grabado será utilizado en el montaje final, además de ello, los profesionales designados se encargarán de la edición necesaria, donde se incorporará la inserción de títulos, subtítulos, música, doblaje, efectos especiales o animaciones hasta finalizar el material.

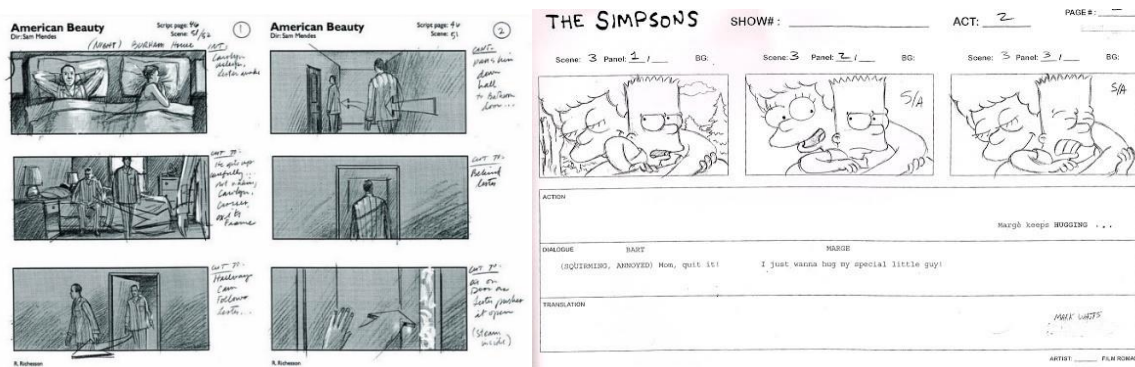
Adicional a estas fases, se deberá implementar estrategias de mercadeo y distribución del producto audiovisual, donde se establecerá el tiempo de duración de la promoción, que deberá fijar su inicio y fin con antelación y previsión, también se deberá tomar en cuenta tener tiempo de sobra frente a imprevistos, por lo que se recomienda establecer una fecha holgada.

Para llevar a cabo correctamente estas estrategias, los representantes de la productora audiovisual se encargarán de que el contenido llegue a cines, tiendas, emisoras y se realice la promoción en medios de información. El principal objetivo de las tareas de mercadeo y distribución es posicionar el contenido y hacerlo llegar a los medios de información que correspondan.

Documentos de la producción audiovisual

El **storyboard** está formado por dibujos en viñetas o cuadros, éstos corresponden a planos o tomas de cada escena. Debajo de cada viñeta se debe escribir el identificación y número de la escena, número de plano, descripción breve del audio y acción si procede. Entre las viñetas se indica la transición de imágenes, ya sea por corte directo, fundido, encadenado o barrido.

Las transiciones de corte directo no se indican, las que corresponden a movimientos de cámara como el paneo, travelling y tilt se indican con una flecha con dirección a donde se requiere que vaya el movimiento. Cuando son transiciones de movimientos con dolly in y dolly out se indican con una flecha diagonal y las que se realizan con zoom se indican con cuatro flechas dibujadas dentro de la viñeta, dirigiéndose hacia dónde va el movimiento, ya sea de afuera hacia dentro o viceversa. Por último, las que son realizadas por encadenado, se indican con dos líneas curvas cruzadas en x entre una imagen y otra.



Ejemplo de Storyboard (2020).

El **guion técnico** es la transcripción en planos de las escenas definidas en el guion literario. Este documento sirve de herramienta para todos los departamentos técnicos y artísticos.

Ese documento es el **desglose de decorado** , que debe incluir principalmente ambientación, escenografía, vestuario, maquillaje, peinado y utilería como también los presupuestos que a él correspondan. Adicional a estos documentos, se realiza un desglose de los personajes que saldrán en la producción, donde se indica si es protagonista, secundario o de figuración. A su vez, se especifica el vestuario que se utilizará en cada secuencia.

DECORADO						
LOCALIZACIÓN						
NECESIDADES						
SEC	PÁGINA	EFECTO	REPARTO	FIGURACIÓN	ATREZZO	TIEMPO ÚTIL

DIRECTOR GENERAL: JOSE MARIA GARCIA VILA		DIRECCIÓN DE ARTES: LINDA BARRAZCAN		LOCALIZACIÓN: (CERREJENA 1990) (TELEGRANOS)		MATERIAL: FERNANDO GOMEZ		NEVROSE	
ESCENA Nº	4	LOCALIZACIÓN	ATILLEN	DECORADO	SALA				
INTÉRPRETE	Luz	PERSONAJES	VESTUARIO	VESTUARIO DE FIGURAS					
INTERIOR	NOCHE	SANTOYO TUDUA	SANTOYO 2 LUDUA 2						
DIRECCIÓN DE FIGURAS	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES
FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES
FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES
FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES
FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES	FIGURAS - NOMBRES

Ejemplo de formato de desglose de decorado (2020).

Asimismo, se debe realizar un **presupuesto** dentro del proceso de producción, este es fundamental para el proyecto y debe ser realista, normalmente incluye el apartado de guion y música, personal artístico, espacio técnico, escenografía, estudios de sonorización, montaje, rodaje, maquinaria de limpieza, catering y estadías, material de grabación, revelado, seguros del proyecto, gastos generales, copias y publicidad.

	TOTALES
01. Guión y música	0.00 €
02. Cast	0.00 €
03. Crew	0.00 €
04. Escenografía	0.00 €
05. Locas	0.00 €
06. Producción	0.00 €
07. Rodaje	0.00 €
08. Viajes	0.00 €
09. Seguros	0.00 €
10. Postproducción	0.00 €
11. Dietas	0.00 €
COSTE TOTAL	0.00 €

Ejemplo de formato de desglose de decorado (2020).

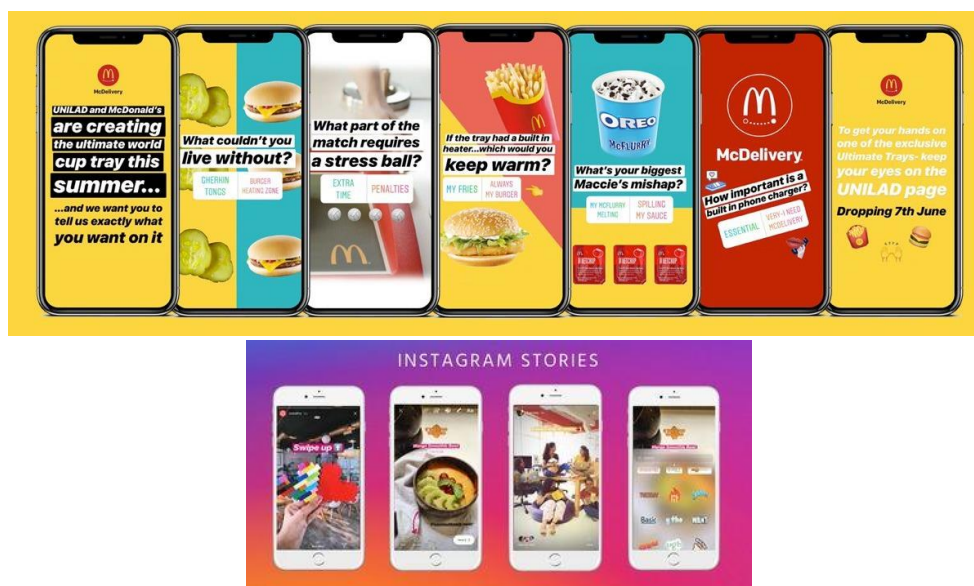
Tendencias de la producción audiovisual

En la actualidad el vídeo en tiempo real con aplicaciones o sitios web como YouTube, Facebook Live o Instagram Live, permite dar respuestas inmediatas a las preguntas o las demandas de la audiencia, pasa por su capacidad de mostrar todo lo que ocurre directamente desde el lugar de los hechos, al instante y con la posibilidad de participar en la transmisión desde diferentes lugares.



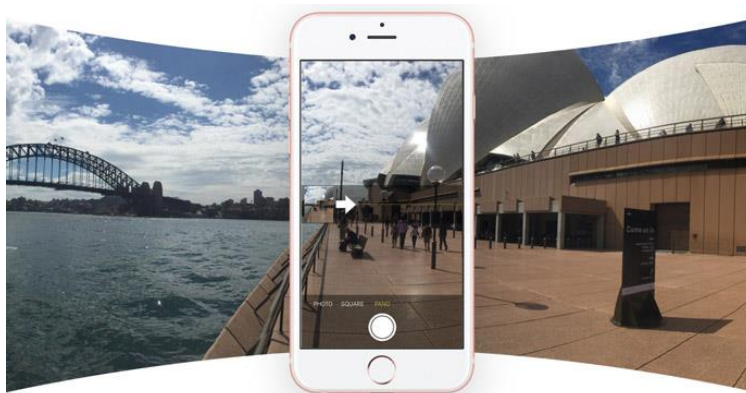
Ejemplo de Facebook, Instagram y Youtube Live (2020).

A su vez, existen otras formas transmitir vídeos en tiempo real. Muchas personas utilizan las Historias, una forma de storytelling en vivo, donde no requiere edición ni postproducción, pero genera una gran conexión con la audiencia.



Ejemplo de Historias de Facebook e Instagram (2020).

Sin embargo, una tendencia principal en el 2020, es una forma de arte en vídeo 360, con tecnología similar a la 3D, este permite obtener una vista panorámica de lo que se grabe, muy llamativo y utilizado en redes sociales.



Ejemplo de visualización de vídeo 360 (2020).

Los vídeos sin sonido reforzados con subtítulos o animaciones para contextualizar el objetivo del mismo, son tendencia actual. La falta de audio tiene el fin de evitar incomodar la reproducción automática en redes sociales y diferentes plataformas de vídeo.

La gran mayoría de estas tendencias forman parte del vídeo marketing, que es una estrategia de mercadeo online basada en el uso de la imagen audiovisual como vídeos, a través de diferentes plataformas de internet, para lograr diferentes objetivos de la estrategia de marketing.



Ejemplo de Vídeo Marketing (2020).