

**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

Producción de video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video grabación, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa a clientes reales y potenciales.

Guatemala, Guatemala, 2015.

**Proyecto de Graduación**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

**ELABORADO POR:**

Marc Brayan Arreola Hernández

10002022

Para optar al título de

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, Noviembre 2015.

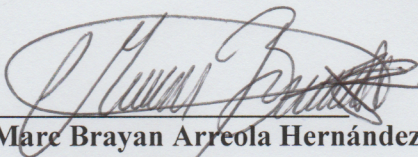
Guatemala 05 de enero de 2015

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

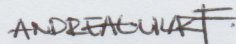
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**PRODUCCIÓN DE VIDEO PROMOCIONAL PARA DAR A CONOCER LOS  
SERVICIOS DE FOTOGRAFÍA, VIDEO GRABACIÓN, AMPLIFICACIÓN DE  
AUDIO Y CATERING QUE OFRECE LA EMPRESA A CLIENTES REALES Y  
POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015**, así mismo solicito que el  
Licda. Andrea Aguilar, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

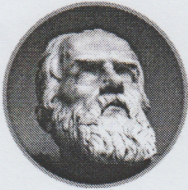
Atentamente,



Marc Brayan Arreola Hernández  
10002022



Licda. Andrea Aguilar  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de febrero de 2015

**Señor:**  
**Marc Brayan Arreola Hernández**  
**Presente**

Estimado Señor Arreola:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE VIDEO PROMOCIONAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE FOTOGRAFÍA, VIDEO GRABACIÓN, AMPLIFICACIÓN DE AUDIO Y CATERING QUE OFRECE LA EMPRESA A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** así mismo, se aprueba al Licda. Andrea Aguilar Flores, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 10 de noviembre de 2015

Señor  
Marc Brayan Arreola Hernández  
Presente

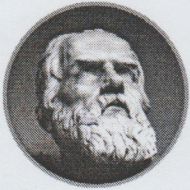
Estimado Señor Arreola:

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,

Ltc. 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 marzo de 2015

**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 VIDEO PROMOCIONAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE FOTOGRAFÍA, VIDEO GRABACIÓN, AMPLIFICACIÓN DE AUDIO Y CATERING QUE OFRECE LA EMPRESA A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por el estudiante: Marc Brayan Arreola Hernández, con número de carné: 10002022, 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,

ANDREA AGUILAR F.

**Licda. Andrea Aguilar Flores**  
**Asesor**

Ciudad de Guatemala, 11 de marzo de 2016.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

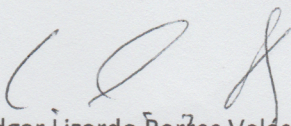
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE VIDEO PROMOCIONAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE FOTOGRAFÍA, VIDEO GRABACIÓN, AMPLIFICACIÓN DE AUDIO Y CATERING QUE OFRECE LA EMPRESA A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015**, del estudiante Marc Brayan Arreola Hernández, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

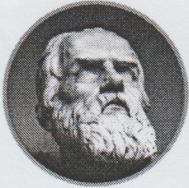
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 14 de abril de 2016

**Señor**  
**Marc Brayan Arreola Hernández**  
**Presente**

Estimado Señor Arreola:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE VIDEO PROMOCIONAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE FOTOGRAFÍA, VIDEO GRABACIÓN, AMPLIFICACIÓN DE AUDIO Y CATERING QUE OFRECE LA EMPRESA A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015**, presentado por el estudiante: Marc Brayan Arreola Hernández, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

Producción de video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video grabación, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa a clientes reales y potenciales.

Guatemala, Guatemala, 2015.

Marc Brayan Arreola Hernández

Universidad Galileo de Guatemala

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Noviembre de 2015.



## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto de graduación a Dios, quien me brindó sus fuerzas y esperanzas para finalizar esta meta.

A mis padres, quienes me apoyaron económicamente todo el tiempo.

A mi prometida Leslie, quien me brindó ayuda y alentó para continuar, cuando parecía que me desesperaba de realizar este proyecto.

A mis maestros, quienes nunca desistieron de enseñarme y me brindaron su apoyo y consejos para ámbitos laborales y de estudio.

A mi asesora de tesis, quien tuvo paciencia en esperar semanas a que enviara los cambios solicitados en la misma.

A todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Para ellos es esta dedicatoria,] a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

## Resumen

Corporación Arreola no cuenta con un video promocional que promueva los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo:

Producir un video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa a clientes reales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socio-económico C+ y C quienes poseen un nivel de educación primaria, básica y superior, y comprenden personas en las edades de 24 a 40 años de edad y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se logró producir un video promocional que promueve los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece la Corporación y se utilizó un intermediario que amplió la información acerca de la empresa en la reproducción del video.

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

# Índice

Capítulo I:	
1.1 Introducción.....	pag 1
Capítulo II: Problemática.....	pag 3
2.1 Contexto.....	pag 3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	pag 3
2.3 Justificación.....	pag 3
2.3.1 Magnitud.....	pag 3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	pag 5
2.3.3 Trascendencia.....	pag 5
2.3.4 Factibilidad.....	pag 6
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	pag 6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	pag 6
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	pag 6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	pag 6
Capítulo III: Objetivos de diseño.....	pag 8
3.1. Objetivo general.....	pag 8
3.2. Objetivos específicos.....	pag 8
Capítulo IV: Marco de referencia.....	pag 10
4.1 Información general del cliente.....	pag 10
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	pag 19
5.1 Perfil geográfico.....	pag 19
5.2 Perfil demográfico.....	pag 20

5.3 Perfil psicográfico.....	pag 21
5.4 Perfil conductual.....	pag 21
Capítulo VI: Marco Teórico.....	pag 23
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	pag 23
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	pag 26
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación.....	pag 26
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados al diseño.....	pag 31
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	pag 34
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	pag 38
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	pag 38
7.2 Conceptualización.....	pag 40
7.2.1 Método.....	pag 40
7.2.2 Definición del concepto.....	pag 42
7.3 Bocetaje.....	pag 43
7.4 Propuesta preliminar.....	pag 59
Capítulo VIII: Validación técnica.....	pag 65
8.1 Población y muestreo.....	pag 66
8.2 Método e Instrumentos.....	pag 67
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	pag 69
8.4 Cambios en base a los resultados.....	pag 84
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	pag 89
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	pag 94
10.1 Plan de costos de elaboración.....	pag 94
10.2 Plan de costos de producción.....	pag 95

10.3 Plan de costos de reproducción.....	pag 96
10.4 Plan de costos de distribución.....	pag 96
10.5 Cuadro resumen.....	pag 96
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	pag 98
11.1 Conclusiones.....	pag 98
11.2Recomendaciones.....	pag 99
Capítulo XII: Conocimiento general.....	pag 101
Capítulo XIII: Referencias.....	pag 105
Capítulo XIV: Anexos.....	pag 109

# **Capítulo I: Introducción**

## Capítulo I: Introducción

El presente proyecto de graduación, titulado Producción de video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola, se desarrolla para dicha empresa, que se dedica a brindar servicios para la realización de celebraciones como quince años, bodas y otro tipo de celebraciones.

Se investiga información acerca de los temas de edición de video, video producción, uso del programa de edición, fotografía, video grabaciones, y cómo estos servicios pueden darse a conocer a los futuros clientes de la corporación.

Las personas buscan contratar una o varias empresas que brinden los servicios que necesitan para suplir las necesidades en realizar su celebración, pero son pocas las empresas que brindan todos los servicios en conjunto. Corporación Arreola es una de ellas, con la promoción de este material audiovisual se busca que los clientes comprendan que Corporación Arreola es su solución, “todo en uno”, y a la vez confíen en los servicios, al verlos ejemplificados en un video promocional.

Por otra parte, es necesario mencionar que algunos clientes de la corporación adquieren los servicios en última instancia, por lo que con la elaboración de este material audiovisual se busca aumentar el nivel de confiabilidad de los clientes a la empresa.

Por lo que surge el presente proyecto que busca promover los servicios de Corporación Arreola a una mayor escala.



# **Capítulo II: Problemática**

## **Capítulo II: Problemática**

### **2.1 Contexto**

Corporación Arreola inició en el año 1958. Es hoy en día una empresa mediana que expande sus servicios a; banquetes a domicilio, servicio de catering, servicio de amplificación para conferencias y eventos de audio con la discoteca Viento y Fuego, servicio profesional de fotografía y video grabaciones, transportes y alquiler de maquinaria para hacer hielo en cubo.

La Corporación ha incrementado el margen de sus servicios pero no ha implementado una herramienta de publicidad que promueva la calidad y la cantidad de servicios que ofrece. Para dar solución a esta problemática de comunicación, se propone la elaboración de un video promocional que dé a conocer los servicios que ofrece dicha empresa. Este video deberá mostrarse cuando los clientes potenciales soliciten información acerca de la realización de eventos.

### **2.2 Requerimientos de comunicación y diseño:**

Corporación Arreola no cuenta con un video promocional que promueva los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece.

### **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: magnitud, trascendencia, vulnerabilidad y factibilidad.

#### **2.3.1 Magnitud:**

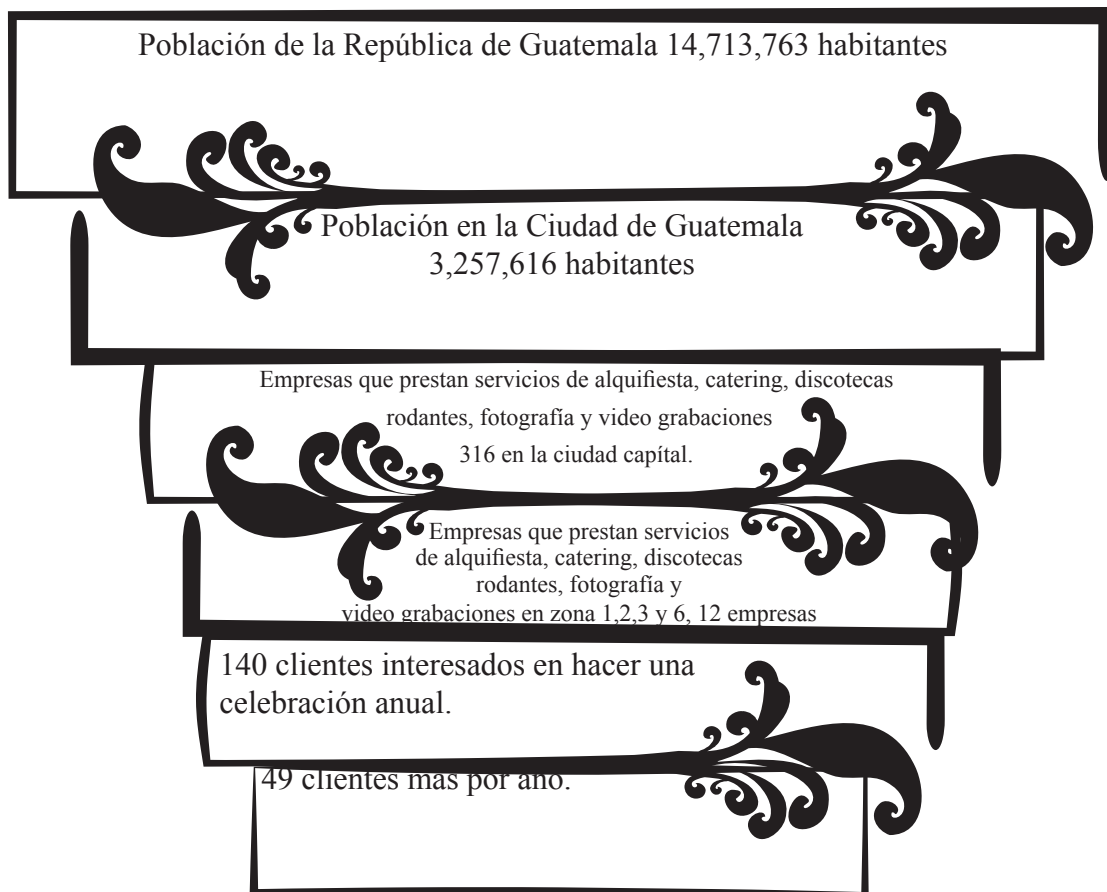
Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), Guatemala es un país con una población total de 14,713,763 habitantes, la Corporación centra sus servicios en la Capital de Guatemala,

que tiene una población de 3,257,616 habitantes. En la capital hay 316 empresas que brindan servicios similares a los de Corporación Arreola, estas empresas se clasifican en 118 alquifiestas, 118 banquetes o servicios de catering, 31 discotecas rodantes, 49 fotografía y video grabaciones, para hacer un total de 316 empresas.

Esta competencia se ha segmentado por sectores, la competencia dentro de la misma zona de Corporación Arreola es un total de 12 empresas, de las que solamente una empresa brinda los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering.

El margen de eventos de Corporación Arreola es de 70 por año, lo que equivale a un promedio de 140 clientes, según el informa anual de la competencia. (Coporación Arreola, 2013).

Publicar S.A. Paginas Amarillas 2013) clientes interesados en hacer una celebración, Corporación Arreola (2013) ha informado que los clientes que firman contrato son 70, por lo que se busca con el video promocional aumentar a 49 clientes, que también contraten los servicios.



### **2.3.2 Vulnerabilidad:**

No poseer un video promocional ha afectado a Corporación Arreola, ya que disminuye las posibilidades de que los clientes potenciales firmen el contrato con la empresa. Esto se debe a que la mayoría de personas buscan un respaldo que les asegure la calidad de los servicios y que el evento se llevará a cabo de la manera en que se lo ofreció la empresa.

Actualmente los clientes de la empresa tienen referencias positivas de los servicios, pero no se cuenta con un material audiovisual que permita mostrar la calidad y la variedad de servicios que ofrece la Corporación Arreola.

### **2.3.3 Trascendencia:**

Al contar con un video promocional, la Corporación Arreola podrá atraer e informar a los clientes potenciales acerca de todos los servicios que ofrece. Además de generar un gran impacto, la empresa obtiene un instrumento que le permite dar un mejor servicio y asesoramiento a las personas, ya que será de gran utilidad para el personal de la empresa al momento de brindar toda la información requerida por parte del cliente. El video promocional permite dar una muestra de la calidad y del trabajo que han realizado anteriormente en otros eventos, lo que atraerá más su atención y generará confianza, esto aumentará las probabilidades de que los clientes potenciales firmen el contrato.

El material audiovisual podrá difundirse a través de las redes sociales, lo que permite tener mayor alcance y ahorrar gastos de distribución.

#### **2.3.4 Factibilidad:**

Corporación Arreola posibilita la elaboración del proyecto, ya que cuenta con los siguientes recursos para la realización del video promocional.

##### **2.3.4.1 Recursos Humanos:**

La Corporación cuenta con un departamento de medios, donde el personal es profesional, capacitado para gestionar la página web de la empresa, las redes sociales, las presentaciones digitales a los clientes, el manejo de protocolo para eventos y material gráfico de la empresa.

El personal será quien mostrará el video promocional a los clientes potenciales que soliciten información de los servicios que presta la empresa.

##### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales:**

El propietario de Corporación Arreola autoriza al personal en brindar la información requerida para la elaboración del proyecto.

##### **2.3.4.3 Recursos Económicos:**

Corporación Arreola tiene actualmente los fondos económicos necesarios para cubrir con los gastos que conlleva el proyecto.

##### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:**

Corporación Arreola cuenta con el equipo que permite la realización del proyecto al brindar así; cámaras fotográficas, cámaras de video, computadoras para la edición del video promocional.

# **Capítulo III - Objetivos del diseño**

## **Capítulo III - Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo General**

Producir un video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa a clientes reales y potenciales.

### **3.2 Objetivos Específicos**

3.2.1 Investigar información acerca de la producción de material audiovisual para sustentar el desarrollo del proyecto.

3.2.2 Recopilar material audiovisual de eventos realizados por la corporación para incluirlo en el contenido del video promocional.

3.2.3 Utilizar contenido visual y auditivo para que el video promocional capte la atención del grupo objetivo.

3.2.4 Incluir un presentador que explique en el video promocional los servicios de la empresa para que éste dé a conocer el proceso de elaboración y planeación de una celebración.

# **Capítulo IV: Marco de referencia**



## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente:

Nombre de la Empresa: Corporación Arreola

Dirección: 5ta avenida 1-71 zona 2

Email: ventas@corporacionarreola.com

Teléfonos: 2230-0637 2232-4378

Contacto: Leslie Morales

Antecedentes:

Corporación Arreola es una empresa con servicio de Alquifiestas desde octubre de 1,958. Posteriormente la empresa amplió sus servicios hasta llegar a ser Corporación Arreola.

Servicios que ofrece la empresa:

Catering: Servicio de comida a domicilio integrando el servicio de meseros, montaje, loza, cubertería, cristalería y mantelería para el desarrollo de una celebración.

Alquifiestas: Alquiler de loza, cristalería, mobiliario, toldos, cubertería, equipo de audio y mantelería con entrega a domicilio por el uso del mismo durante un día.

Discoteca Viento y Fuego: Discoteca a domicilio que integra los servicios de la corporación, especial para quince años, bodas, graduaciones, convivios y otro tipo de celebraciones que lo requieran.

C.A. Estudios: Fotografía y video grabaciones para celebraciones dentro y fuera de los servicios de la corporación especialmente en el área de quince años, bodas y graduaciones.

Transportes y Mudanzas: Servicio de mudanzas dentro de los perímetros de la ciudad capital.

Oportunidad identificada:

Producir un video promocional que muestre los servicios que ofrece la empresa.

Misión:

Ser una empresa que a través de su calidad de servicio marque un estándar en los servicios para eventos especiales del país.

Visión:

Llegar a ser la empresa líder en el mercado con el mayor margen de eventos especiales en Guatemala.

Delimitación geográfica:

Departamento de Guatemala

Grupo Objetivo:

Nivel Socioeconómico: C+ y C. (Dependerá del Paquete que el cliente pueda pagar)

Padres de familia y jóvenes adultos de los 24 a los 40 años para celebraciones de quince años, bodas y graduaciones.

Tamaño de la familia: 4 y 5 miembros de la familia.

Competencias:

La Chapis, Centro Español, Club casa Bella, Club La aurora.

Factores de diferenciación:

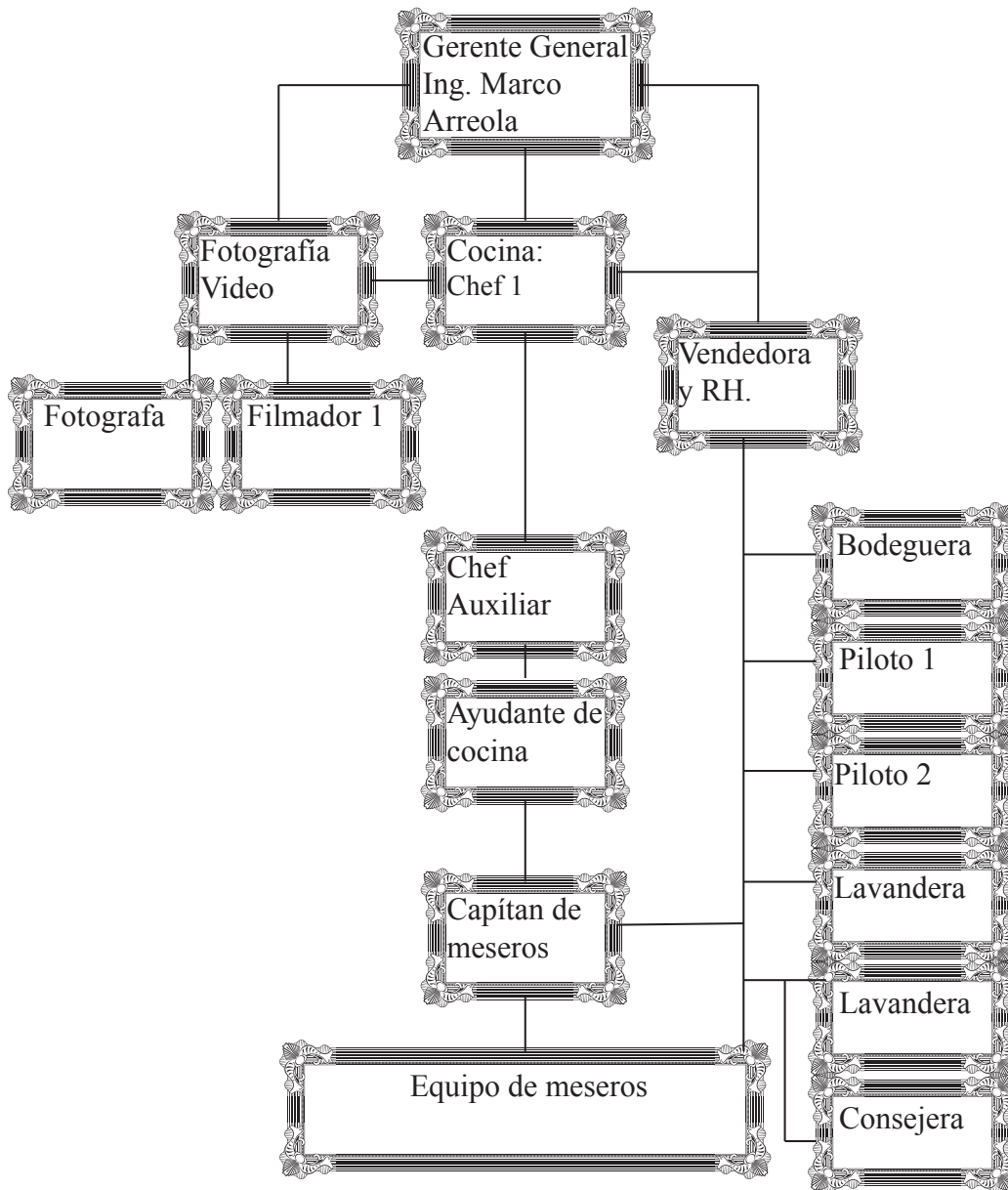
La Corporación Arreola ha unificado una variedad de servicios ofreciéndole a sus clientes una solución integrada.

Objetivo de Comunicación: Un video que comunique que la empresa está en la capacidad de realizar una celebración con un servicio completo.

Mensajes Clave a comunicar: Que los clientes de la empresa no se preocupen el día de su celebración porque la empresa se encarga de todo.

Reto del diseño y trascendencia: Elaborar un video promocional que muestre que la corporación está comprometida a brindar servicios de calidad, que cumplen las expectativas de sus clientes y ayude a estos a confiar en la Corporación para estar seguros que su celebración será un éxito.

Organigrama de la Empresa:



FODA:

<b>Fortalezas:</b>	<b>Debilidades:</b>
<p>1. Solución Integrada: Lo que es una gran ventaja, pues el consumidor busca la comodidad y eficacia cuando quiere un servicio, Corporación Arreola ofrece ese servicio para simplificar a sus clientes el desarrollo de un evento.</p> <p>2. Experiencia: La empresa cuenta con más de 30 años de trabajar en el área de servicio al cliente, una ventaja para el trato de personas a comparación de microempresas o empresas medianas.</p> <p>3. Equipo de alta calidad: La Corporación posee loza corona de la mejor calidad, al igual que equipo de mobiliario lifetime de plástico con patas desplegables, cuenta con equipo de computación marca Apple, cámaras de alta calidad y al día con la competencia y equipo de amplificación de audio aéreo.</p> <p>4. Implementación de la tecnología en sus servicios: La Corporación implementó un sistema protocolario para la celebración de sus eventos que liga la discoteca con la fotografía y video, un orden a seguir donde las áreas de audio, fotografía, video, banquetes trabajan en conjunto para sus clientes.</p>	<p>1. Desconocimiento: No todas las personas interesadas están sabidas que la Corporación tiene la capacidad de ofrecer un servicio completo para su celebración.</p> <p>2. Capacidad: La empresa en muchas ocasiones se ha quedado sin equipo para cubrir mas de 700 personas en eventos simultáneos, por lo que se ha visto forzado a rechazar un evento en ciertas ocasiones.</p> <p>3. Variedad de colores: La Corporación posee una gama muy amplia de colores en su mantelería, sin embargo muchas ocasiones los clientes desean un color de mantelería que la empresa no tiene, puesto que se ve en la obligación de alquilar a otra empresa, comprar la tela o perder el cliente.</p> <p>4. Parqueo: Las instalaciones de la empresa no cuentan con una área de parqueo apropiada para los clientes.</p>

<b>Oportunidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
<p>1. Material Audiovisual: Con un video promocional dar a conocer todas las ventajas que un cliente puede obtener al contratar los servicios de la Corporación.</p> <p>2. Recomendación: La Corporación obtiene muchos de sus clientes por recomendación, por lo que un buen servicio generará para la empresa buena recomendación lo que como resultado será un aumento de ventas.</p> <p>3. Más mercado: Con un material audiovisual se puede dar la oportunidad de que la empresa abarque nuevos mercados para obtener más ganancias al aumentar sus precios y reducir sus costos.</p> <p>4. Ampliación de Servicios: Al llegar a un mercado mas amplio la empresa se puede ver en la necesidad de incrementar sus servicios al implementar repostería y decoración para sus salones.</p>	<p>1. Publicidad: Publicidad que la competencia esté por realizar para dar a conocer sus servicios, de esta manera la Corporación podrá disminuir sus ventas.</p> <p>2. Malas referencias: La Corporación obtiene la mayor parte de sus clientes por referencia de otro, una mala referencia significaría perder un cliente para la Corporación.</p> <p>3. Trabajadores no capacitados: El equipo de meseros necesita capacitaciones para servir de manera adecuada en las celebraciones, de lo contrario esto sería un problema en la finalización de cada celebración.</p> <p>4. Robo: Puesto que la empresa no cuenta con el área de parqueo para sus clientes, podría ser una amenaza, que a los vehículos de estos les pasara algo, mientras ellos se encuentran en las oficinas de la empresa.</p>

Diseño e información con los que ya cuenta la empresa:

Sitio Web: Un sitio web que detalla cada uno de los servicios de la corporación.

www.corporaciónarreola.com

Página de inicio del sitio web de Corporación Arreola

**Corporación ARREOLA**

Home Sobre Nosotros Servicios Eventos Contacto

**TU SOLUCIÓN "Todo en Uno"**

Cada uno de nosotros deseamos una celebración inolvidable y con Corporación Arreola lo podemos lograr.

**Bodas**  
Corporación Arreola Guatemala

5ta avenida 1-71 zona 2 Corporación Arreola, Ciudad de Guatemala, Guatemala, 01002  
telefonos: (502) 2232-4378, 2230-0637, 55799770  
©C.A. Estudios 2015 ©

f g+

Página de Facebook:

La empresa ya cuenta con página de Facebook.

**Página** Actividad 1 Estadísticas Configuración Crear público Ayuda

**CORPORACIÓN ARREOLA**  
CORPORACIÓN ARREOLA  
**Corporación Arreola**  
Planificación de eventos/servicios para eventos + Seguir Compartir ...

**Biografía** Información Fotos Me gusta Más

**PERSONAS** >

**2172** Me gusta

Acércate a los fans de tu negocio e impulsa tus ventas.

**Estado** **Foto/video** **Oferta, evento +**

**ARREOLA** ¿Qué estuviste haciendo?

**ARREOLA** Corporación Arreola cambió la siguiente información: foto del perfil.

**ESTA SEMANA**

**3**  
Me gusta de la página

**65**  
Alcance de la publicación

**NO LEÍDOS**

**0**  
Notificaciones

**1**  
Mensaje

Reciente  
2014  
2013  
2012  
2011  
Fundación

Ve tu anuncio aquí

<https://www.facebook.com/corporacionarreola/photos/a.507554445945110.120133.180962461937645/945932378773979/?type=1>

Logotipos: La empresa ya cuenta con logotipos de cada uno de sus servicios.

Logotipo de Corporación Arreola



Logotipo que idéntifica la unión de todas sus empresas.

Logotipo de C.A. Estudios: Logotipo que identifica el área de fotografía y video grabaciones de la corporación.



Logotipo de Alquifiestas Arreola: Identifica el área de alquiler de mobiliario, loza, cristalería, mantelería y cubertería.





# **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a personas que desean contratar servicios de catering, alquileres, ampliaciones de audio, fotografía y video grabaciones de Corporación Arreola para realizar eventos de quince años, bodas u otro tipo de celebración de la misma magnitud.

### 5.1 Perfil Geográfico:

Región: Departamento de Guatemala

•Tamaño de Área: Altitud: 1.500 metros.

•Latitud: 14° 37' 15" N

•Longitud: 90° 31' 36" O

•Extensión: 996km

Densidad Poblacional:

Departamento de Guatemala 3,257,616

Proyección de población del 2011 (último estudio oficial del INE)

Clima:

Parámetro climático promedio de la ciudad de Guatemala (1990 al 2011)

Temperaturas	Anual
Temperatura máxima registrada C	33.9
Temperatura diaria máxima C	25.5
Temperatura diaria mínima C	15.4
Temperatura mínima registrada C	5.6
Precipitación Total (mm)	1274.7
Días de precipitación (menor que un mm)	125.2
Horas de Sol	2441.16
Humedad %	77.77

## **5.2 Perfil demográfico:**

Género: Masculino y femenino

Edad:

Personas en el rango de los 24 a los 40 años para celebraciones de quince años, bodas y graduaciones.

Nivel socioeconómico: Los servicios de la Corporación Arreola van dirigidos para los Niveles socioeconómicas C+ y C.

Nivel C+: Este es el segmento de clientela que mas adquiere los servicios de la Corporación, por lo regular son para celebraciones de quince años, los padres de familia son por regular de nivel superior, comerciantes o licenciados, poseen una o dos propiedades financiadas, su salario mensual es de Q15,000.00 a Q20,000.00, poseen empleado en su vivienda, uno a dos vehículos, servicios básicos en su hogar.

Nivel C: Son clientes que realizan Bodas o Quince años con servicio completo sin agregados, son eventos para 100 a 150 personas, los novios o padres de familia son ejecutivos de nivel medio o recién graduados, rentan o financian su vivienda, poseen un vehículo, un salario de Q5,000.00 a Q12,000.00, sus hijos estudian en colegios privadas de nivel medio cerca de su residencia, solo algunos poseen empleada en su vivienda, casa equipada con servicios básicos.

### **5.3 Perfil psicográfico:**

Son de religión cristiana por lo que en sus celebraciones siempre se incluye un servicio religioso como agradecimiento a Dios. Tienen como costumbre incluir algún acto especial como entrega de la última muñeca, puesta de zapatillas, tirada del ramo y la liga, ingreso del anfitrión y el baile del vals en su celebración, por lo general la familia y sus miembros son de religión cristianos católicos, evangélicos, judíos y mormones.

### **5.4 Perfil Conductual:**

Factores respecto a los clientes con la Corporación Arreola

Beneficios buscado : Servicio de calidad donde sus invitados estén satisfechos con los servicios.

Tasa de uso de los servicios: Máximo de 2 veces en 5 años

Status de lealtad: Si se brinda un servicio de calidad y al mejor precio, siempre serán leales a la empresa.

Las personas están en busca de una empresa profesional, que cubra las necesidades que buscan suplir en su celebración, y Corporación Arreola es la empresa capaz de cubrir todas esas necesidades.

# **Capítulo VI: Marco teórico**

## **Capítulo VI: Marco teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio**

6.1.1 Corporación: Organización conjunta por varias empresas que brindan varios servicios y en varias ocasiones tienen la capacidad de unificar todos los servicios para brindar una solución integrada.

Las Corporaciones por lo regular suelen tener áreas de la misma empresa que suplen las necesidades de otras del mismo origen y se acoplan en sí para brindar una serie de productos servicios en común.

6.1.2 Empresa: Es una institución dedicada a brindar una serie de servicios para bienes comerciales y de principal función económicos.

Las empresas son creadas con una finalidad, y esta en su mayoría sería obtener ganancias de sus servicios o productos y en pocos casos son de ayuda social, donde el interés solo se centra en brindar ayuda y obtener ganancias para que la empresa pueda subsistir.

6.1.3 Servicio: Es un conjunto de actividades para un fin común que buscan responder a las necesidades o bien, las que un cliente cree puedan ser sus necesidades.

Muchas ocasiones se debe de generar una idea y convertir esta en una necesidad para poder brindar ciertos servicios que no son necesarios para vivir pero sí para satisfacer.

6.1.4 Fiesta: Reunión de un grupo de personas para buscar un fin común el cual podría ser diversión.

Pasar un buen rato y compartir con un grupo definido de personas que se forma a raíz de gustos u otros factores en común dentro de la sociedad.

Marco Vinicio Arreola. (2005). Referencias para el personal de la Empresa. Guatemala: Corporación Arreola.

6.1.5 Evento: Realización de una serie de acontecimientos que conllevan a una serie de actividades para entretención de un grupo de personas.

Algunos son para diversión y otros para planificación, se define como una serie de acciones que generan un movimiento con un denominador común en la sociedad.

6.1.6 Banquetes: Unión de cantidades de comida para grupos de personas que por lo general buscan establecimientos con este tipo de servicio o los contratan por su cuenta

Se contratan para satisfacer una necesidad de lujo que por una o mas razones se requiere este tipo de servicio para complacer a los miembros participantes de dicha actividad.

6.1.7 Catering: Se le llama así al servicio de alimentación y bebidas que provee una cantidad determinada de este servicio para eventos, celebraciones, fiestas y presentaciones de diferentes tipos.

En ocasiones son los salones, hoteles y empresas especializadas que brindan estos servicios, este tipo de servicio puede ser en los establecimientos de la empresa o a domicilio.

6.1.8 Buffet: Se refiere al montaje en línea de una serie y cantidad grande de alimentos para brindar un servicio y unificar un tipo de alimento para una cantidad específica de personas.

Se refiere a la unión de herramientas que se unificarán ofreciendo un único servicio.

6.1.9 Loza: Conjunto de platos, platos postre, vajillas, tazas, porcelanas, azucareras y todo tipo de utensilio utilizado para servir alimentos hecho de loza.

Tipo de material utilizada en moldes con el fin de dar un aspecto fino y un acabado delicado a un utensilio para una finalidad.

6.1.10 Cristalería: Se refiere a objetos con un fin hechos de un material denominado cristal.

Conjunto de vaso alto, vaso bajo, picheles, saleros, copa de agua, copas para brindis, copas de vino y cualquier utensilio utilizado para servicios de alimentación hecho de vidrio u otro material similar.

Marco Vinicio Arreola. (2005). Referencias para el personal de la Empresa. Guatemala: Corporación Arreola.

6.1.11 Mobiliario: Conjunto de equipo que se utiliza con una finalidad específica dentro de un inmueble.

Conjunto de sillas, mesas, tableros, servidoras, toldos para la realización de eventos.

6.1.12 Mantelería: Conjunto de telas utilizados para cubrir y decorar mesas redondas, rectangulares y cuadradas en el hogar o en una celebración.

6.1.13 Cubertería: Utensilios con la función de servir la comida a un grupo de personas o por uso de ellas mismas.

Se conforma por cuchillo, tenedor, cuchara, cuchara postre, tenedor postre, cucharas para servir, cucharones, tenazas, pinchos y otros utensilios similares.

6.1.14 Alquifiestas: Se refiere a las empresas que alquilan mobiliario, equipo, cristalería, loza, mantelería, toldos, y todo tipo de utensilios que pueden ser utilizados para la elaboración de fiestas caceras.

6.1.15 Discoteca Rodante: Este termino se deriva de las antiguas salas de baile a diferencia de que la música no es tocada en vivo si no que proviene de discos que son mezclados por un DJ el cual anima la fiesta.

Este tipo de discotecas brindan un servicio a domicilio instalándose con anticipación ante su pedido.

6.1.16 Fotografía: Se refiere al proceso de capturar imágenes dentro de los horarios de una celebración o bien por el tiempo que los contratistas lo estipulen.

Concepto acerca de la toma de un momento especial para convertir en una imagen digital.

Marco Vinicio Arreola. (2005). Referencias para el personal de la Empresa. Guatemala: Corporación Arreola.



6.1.17 Video grabación: Se refiere a el acto de filmar una celebración por sus hechos más importantes dándole seguimiento a un protocolo con un orden para llevar a cabo un trabajo final de una película de un tiempo definido.

6.1.18 Administración de recursos: El conocimiento y empleo de todas las herramientas que se poseen para la realización del proyecto.

El buen uso que se le darán a estos conocimientos y herramientas para una entrega final.

## **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: Este es un proceso constante , perdurable y activo.

Las personas son capaces de entender, elaborar y modificar un mensaje pero son incapaces de dejar de comunicar, la comunicación no se refiere a el acto de hablar sino a todo aquello que puede enviar un mensaje y este pueda ser interpretado, esto puede ser por medio de signos o símbolos y en la aplicación de videos.

6.2.1.2 Lenguaje Visual: Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.

Se define como la interpretación que le dan los individuos a todo aquello que sus ojos ven y tiene algún significado para ellos.

6.2.1.3 Percepción Visual: Se refiere a lo que los seres humanos captan.

La combinación de colores, contrastes en aplicación del video, transiciones, efectos, tipografía, todo aquello que el ojo humano capta y a raíz de ello se crea una idea o un concepto.

6.2.1.4 Comunicación Audiovisual: Es el intercambio de un mensaje a través de un sistema sonoro o visual aplicado al proceso y la capacidad de cada individuo de crear estos mensajes usando las herramientas actuales, aplicándolo a la tecnología.

Se refiere a utilizar los medios que la tecnología brinda al día, para difundir un mensaje a un grupo determinado de personas, esta personas tendrán la libertad de escoger o no el tener acceso a este mensaje.

6.2.1.5 Audiovisual: Se refiere a la mezcla de la tecnología en el proceso de comunicar.

En este caso es la mezcla de imágenes con audio, fotogramas captados a 30 imágenes por segundo que podrá ser difundido por TV, la internet donde se incluyen las redes sociales o simplemente desde un ordenador.

6.2.1.6 Denotación: Se refiere a lo físico, lo drástico el significado simple de las cosas o bien de un objeto.

Es decir el blanco es blanco, es un color, es el significado básico de una palabra tal como esta se define.

6.2.1.7 Connotación: Se refiere a la interpretación que se le puede dar a un servicio o producto.

Es decir el blanco no es solo blanco si no que se interpreta como, pureza, verdad, paz, esto se conoce como el doble sentido de las palabras.

6.2.1.8 Producción audiovisual: Es la producción de contenido para medios de comunicación audiovisuales, es decir, TV, cine, la web se puede realizar en video, video digital y se clasifica por géneros, ficción, publicidad, documental, promocional, entre otros.

Existen 3 fases de la producción para la elaboración de una película, guión técnico, guión literario y story board.

6.2.1.8.1 Pre producción: Se llama pre-producción a la etapa comprendida desde que se conceptualiza una idea.

Se le conoce como la elaboración del guión literario, guión técnico y storyboard hasta el primer día de grabación.

6.2.1.8.2 Producción: Se refiere a la producción de contenidos para medios de comunicación especialmente para el cine y la televisión.

Se refiere a llevar a cabo en lo práctico lo que se estableció en los guiones técnico y literario.

6.2.1.8.3 Post producción: La post-producción es el final de proceso total de producción, en esta etapa por lo general se concreta la idea del audio visual.

Para ello se deben de tomar en cuenta 3 áreas importantes la edición, la sonorización, y los efectos especiales.

6.2.1.9 Conceptos Generales de grabación de video:

Regla de los tercios: Sirve para ubicar la atención de la composición

6.2.1.9.1 Ley de horizonte: colocar la línea de horizonte ya sea dos tercios arriba o abajo de lo que se quiere enfocar.

6.2.1.9.2 Ley de la mirada: dependerá de la posición del personaje se deberá dejar  $\frac{3}{4}$  en cualquiera de los extremos del cuadro de graduación pero nunca dejar al personaje en medio.

6.2.1.10 Planos: Se refiere a el tamaño y descripción del encuadre con respecto al área que se filmara y el espectador podrá visualizar en una pantalla.

6.2.1.10.1 Planos descriptivos: Describe el lugar donde se realiza la acción.

Fundación Wikimedia, Inc.. (13 de noviembre del 2014). pre produccion. 2013, de Wikipedia Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Preproducci%C3%B3n>

Existen el plano entero y en conjunto:

6.2.1.10.1.1 Plano entero y de conjunto: Es cuando el personaje sale de cuerpo completo.

6.2.1.10.2 Planos Narrativos: Narran la acción que se desarrolla.

6.2.1.10.2.1 Plano Americano: Se graba desde las rodillas hasta la cabeza de un personaje.

6.2.1.10.2.2 Plano medio: Media porción del personaje

6.2.1.10.3 Planos Expresivos: Muestra la expresión de los protagonistas.

6.2.1.10.3.1 Primer Plano: Mas cerca

6.2.1.10.3.2 Plano de detalle: Mas, mas cerca

6.2.1.11 Ángulo: Es una parte del plano que comprende dos rectas, horizontal, diagonal y vertical dentro del encuadre del plano donde el inicio de todas las rectas es el mismo.

6.2.1.11.1 Ángulo nivel: a nivel de los personajes.

6.2.1.11.2 Ángulo de picada: Desde arriba, el personaje se mira mas pequeño

6.2.1.11.3 Ángulo Contrapicado: Se toma de abajo hacia arriba.

6.2.1.12 Guión literario: Se exponen los detalles básicos y pasos a seguir de la idea central para la elaboración de una película, es decir en el guión literario se expone la idea de lo que contendrá la película final, dentro de este se presenta una breve introducción, seguido de el nudo de la historia y su desenlace, para iniciar estos aspectos y el mismo guion es necesario responder un problema, un tema, y una necesidad.

Lyver, Des, Focal Press (2001)

Basics of the video production diary (1ra ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=OeikbVcG4QMC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=OeikbVcG4QMC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false)

Todo escrito, se debe de traducir toda duda, se utiliza la creatividad y se debe de especificar todo.

Que hacer para crear un guión:

Responder estas preguntas:

¿Qué es lo que se quiere contar?

¿Cómo contamos lo que se quiere contar?

¿Cómo se dota de sentimiento y profundidad lo que se quiere contar?

¿Cómo mejorar los diálogos y juzgar el guión afinándolo?

Como formular las ideas para un guión:

Responder:

¿Qué es lo que preocupa?

¿Sobre qué se podría hablar?

¿Qué tipo de cosas inquietan?

6.2.1.13 Guión técnico: Se refiere a un documento de pre producción detallado que contiene cada uno de los pasos a seguir para la elaboración práctica y digital de la película.

En resumen, el guion técnico ofrece todas las indicaciones necesarias para poder realizar el proyecto. Al guion técnico le sigue un bloque que contiene la descripción de la acción, de los actores, sus diálogos, efectos, músicas, ambiente y las características para la toma de sonido: sincrónico, referencia, muda o play-back.

6.2.1.14 El Signo: Un signo es un medio de comunicación, es capaz de transmitir contenidos representativos, puede ser una palabra, un olor, una imagen, un gesto y cualquier otra acción o instrumento usado para transmitir un mensaje.

El signo esta comprendido en 3 niveles; sintáctico, semántico y pragmático, Sintáctico se refiere a el concepto físico, Semántico se refiere a lo que interpreta y significa, pragmático se refiere a el sentido.

Fundación Wikimedia, Inc.. (13 de noviembre del 2015). pre produccion. 2013, de Wikipedia Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Preproducci%C3%B3n>

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño**

6.2.2.1 Diseño: Se refiere al proceso de selección de herramientas y materiales visuales para la organización y unificación de estos para formar un solo elemento con un significado específico.

Ordenar todas las piezas gráficas para formar una en sí y que esta tenga un significado y connote una idea para su venta y comercialización.

6.2.2.2 Diseño gráfico: Se refiere a un proceso de seleccionar y organizar materiales visuales gráficos para la proyección de estos en conjunto que formen uno solo con la finalidad de transmitir un mensaje específico a grupos sociales específicos.

El conjunto de elementos que implican la creación de un diseño gráfico, se relacionan con: El trazo, la descripción, uso de colores o dibujos, proyecto del por qué del diseño y concepto de los objetos.

6.2.2.3 Creatividad aplicada al diseño: Es un principio activo que se aplica en facetas de la vida. El creativo no es siempre el que crea todas las ideas si no el que las sabe plasmar.

La definición de creatividad no se puede limitar, por que la creatividad no es limitada, dependerá de cada individuo y su capacidad para innovar, la capacidad de crear que este tendrá, pero esta será infinita.

6.2.2.4 Diseño de Imagen corporativa: La imagen corporativa es un sistema de identidad visual que busca dirigir la percepción que se tiene de una empresa.

Esta imagen esta compuesta de varios elementos visuales que generan una idea de esta ante sus clientes.

6.2.2.5 Logotipo: Es la firma, el sello o marca que identifica a la empresa, debe transmitir el concepto de la misma en forma gráfica y resumida, y debe cumplir con muchos requisitos como ser legible y entendible, ser coherente con el rubro de la empresa, funcionar para tamaños muy chicos y muy grandes, con diferentes colores de fondo y distintos soportes.

Wikipedia. (2005). Diseño Grafico. 3 de marzo del 2015, de Fundación Wikimedia Inc Sitio web: [https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o\\_gr%C3%A1fico](https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico)

6.2.2.6 Slogan: Si bien hay empresas que no lo utilizan, es la “frase de cabecera” de la empresa, la que sirve para conceptualizar mejor la filosofía de la empresa.

Se utiliza como frase principal para el comercial radial o televisivo.

6.2.2.7 Paleta de colores: La paleta de colores es una de las herramientas más características de la identidad corporativa, ya que el color es una de las que resulta más fácil de identificar y recordar, como el caso del color violeta de Milka, el blanco de Apple, el azul y amarillo de Boca, por dar algunos ejemplos conocidos.

6.2.2.8 Tipografía: La elección de una familia tipográfica para el uso gráfico de el nombre, imagen slogan y otros factores textuales de la empresa.

6.2.2.9 Gestión del Diseño: Se refiere a el uso que se le dará a los diferentes tipos de artes gráficos o digitales.

Saber emplear las herramientas a los diferentes tipos de diseño, dependerá del trabajo que este por realizarse el uso de la misma.

6.2.2.10 Video: Imágenes captadas en segundos que se reproducen en una pantalla para mostrar una película, es decir el conjunto de imágenes por segundo reproduciéndose a una velocidad de 24, 30 y 60 fotogramas por segundo, en la actualidad existen definiciones de mejor calidad que reproducen hasta 120 imágenes por segundo.

6.2.2.11 Edición: Se refiere a la modificación del material original para su utilización o entrega final.

Se refiere a la implementación de efectos visuales, textos, transición y cortes de video.

Wikipedia. (2005). Diseño Grafico. 3 de marzo del 2016, de Fundación Wikimedia Inc Sitio web: [https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o\\_gr%C3%A1fico](https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico)

6.2.2.12 DVD: Formato de discos con una capacidad mayor a la del CD máxima de 4.7G de memoria, con la opción de grabar datos, música o películas, existe un tipo mas de DVD, el DVD de doble cara para grabar una cantidad máxima de datos de 8.4G.

6.2.2.13 Alta Definición: Calidad de video alta para la grabación y codificación de películas conocida por la distribución mínima de 720 pixel por capturados por cuadros, la calidad varia dependiendo la cantidad de fotografías por segundo, esta calidad se caracteriza por el mínimo de 24 fotogramas por segundo y por lo regular se captan 30 a 60 fotogramas por segundo.

6.2.2.14 Dolby 5.1: Distribución de audio por 5 canales, se puede disfrutar de un audio envolvente en diferentes frecuencias distribuido por cinco altavoces.

Este tipo de audio es el sucesor de el tipo stereo, se usa en salas cinematográficas y equipo profesional de audio.

6.2.2.15 Imagen: Conjunto de pixeles captados en una sola toma para en conjunto formar una imagen en si.

Las imágenes pueden variar en calidad y esto dependerá del formato y la cantidad de pixeles capturados en la toma.

6.2.2.16 Alta Resolución: Calidad alta de fotografías, mas común para la edición profesional de fotografías.

Se refiere a la alta calidad de toma de video o fotografías en los diferentes formaton de imagen que son; de JPEG y aun mas en RAW O RAWF.

6.2.2.17 Jpeg: (Join photographic esperts group) Un estadar de compresión de imagen para poder ser visualizadas en un ordenador.

Es el tipo de formato mas común y universal que existe.

Wikipedia. (2005). Video. 3 de marzo del 2015, de Fundación Wikimedia, Inc. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Video>



6.2.2.18 Raw: (Formato de imagen sin modificaciones) Es el tipo de imagen que contiene el total de datos captados por la cámara sin modificación alguna.

La cámara no comprime la imagen en su captura, capta el máximo de píxeles captados por el lente a la mejor velocidad del obturador posible.

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:**

#### **6.3.1 Ciencias**

6.3.1.1 Semiología: Es la ciencia que interpreta el sentido, estudia los fenómenos insignificantes, lenguajes, discursos, objetos de sentido, también se define como la ciencia que estudia el modo de comunicación en las diferentes sociedades del ser humano, busca encontrar el significado a todo aquello que puede ser interpretado como un signo y se cree pueda transmitir un mensaje que defina un concepto, para su especificación analiza lenguajes y de estos sus discursos.

6.3.1.2 Semiología de la Imagen: Es una rama de la semiología que estudia y analiza detenidamente toda interpretación visual que el ser humano le pueda dar a todo aquello que puede enviar un mensaje a través de la acción de ser visto, interpreta imágenes, videos, signos, en otras palabras busca el sentido de todo objeto visual que el ojo humano capte y el consciente crea tener un significado.

6.3.1.3 Semiología del Discurso: Es una rama de la Semiología que estudia la correcta manera de comunicarse ante un grupo determinado de individuos, así como el desarrollo adecuado de las palabras a utilizar mientras el ser humano se expresa, esto dependerá de la razón cultural y social de cada grupo, busca encontrar la interpretación adecuada de un mensaje que será transmitido a diferentes grupos culturales.

6.3.1.4 Etnología: Esta ciencia estudia los diferentes tipos de relaciones y características entre los pueblos humanos, genera una idea de cómo es el comportamiento en general de los diferentes pueblos y realiza un estudio de este para poder comprender el por qué del estilo de vida que llevan.

6.3.1.5 Ciencias de la Comunicación: Son una serie de disciplinas que se encargan de estudiar, analizar y comentar acerca de fenómenos de la sociedad relacionados a la comunicación, así como los medios que estas utilizan para construir y generar métodos de estudio.

Wikipedia. (2005). Semiología. 3 de febrero del 2015, de Fundación Wikimedia, Inc. Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Semiolog%C3%ADa>

6.3.1.6 Psicología de la Comunicación: Esta es una sub rama de la Psicología y también de la comunicación, estudia los diferentes procesos psicológicos que conlleva la acción de comunicar ante diferentes individuos o como y el por que de los diferentes modos en que las sociedades se comunican, estudia la manera adecuada de transmitir un mensaje a estas sociedades, donde se toman en cuenta sus costumbres, valores, principios entre otros.

6.3.1.7 Psicología del color: Es el estudio de los sentimientos, emociones, que se perciben de un color o bien una combinación de colores dependiendo del uso que le daremos al mismo, todos aquellos conceptos, ideas, que un color puede causar a sus espectadores, es necesario tomar en cuenta que dependerá del grupo social de las personas la interpretación que puedan darle a los colores, en su aplicación se utiliza para que a través de un color se transmita un concepto.

6.3.1.8 Sociología: Es una ciencia que estudia los fenómenos producidos por los seres humanos dentro de la cultura en la que estos habitan, o los fenómenos de naturaleza y el efecto que estos tienen en los seres humanos, la manera en que estos se comportan y el por qué de su proceder, estudia la manera en que estos se desenvuelven ante las diferentes sociedades y su comportamiento ante situaciones que pueden marcar la historia de una cultura, también estudia el por qué de los comportamientos de una cultura en diferencia a otra.

6.3.1.9 Psicología del Consumidor: Ciencia que se deriva de la psicología, su fin es estudiar y comprender el comportamiento de los consumidores de un producto, su preferencia ante productos, colores, presentación de empaque de los productos que estos consumidores prefieren, los sabores por los que se desvían, se utiliza para las industrias y que estas aumenten por lo general sus ventas o servicios.

## **6.3.2. Artes:**

6.3.2.1 Fotografía: Es un arte y una técnica que consiste en obtener imágenes con un tiempo prolongado de durabilidad, se logra gracias a luz que es captada por una cámara, es un proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material o digital.

Enciclopedia. (2000). Posibles tendencias futuras. España: Oceano.

6.3.2.3 Video: Esta totalmente en relación con el arte de la fotografía puesto que se deriva de ella, el video consiste en grabar secuencias rápidas de imágenes que se unen para producir movimiento real de las mismas.

### 6.3.3. Teorías:

6.3.3.1 La tecnología gráfica: El diseño gráfico surge desde hace muchos años, y la tecnología es un tema no del todo nuevo pero de impacto, pues cada tres meses la tecnología se innova y el ser humano necesita actualizarse.

Gracias a la tecnología el diseño gráfico ha podido evolucionar y se ha ligado de ella, pues ahora en cada pedazo de tecnología se puede apreciar su diseño y no solamente eso, ahora del diseño se aprecia la tecnología y se utiliza para mostrar esos diseños únicos y extravagantes.

La tecnología impulsa y el diseño innova y muchas veces podría crear, de esta creación surge un gran éxito, la venta, el inducir a un cliente mostrándole un producto atractivo, con un mensaje de compra y necesidad que hoy en se manda a través de la tecnología.

6.3.3.2 Tecnología: Son todos los conocimientos técnicos y científicos que permiten la creación de bienes que se adaptaran al medio de vida de los seres humanos y suplirán algunas de sus necesidades, la tecnología busca simplificar la manera en que los seres humanos viven, esta no solo acelera el tipo de vida de un ser humano, hoy en día forma parte de él.

### 6.3.4. Tendencias:

6.3.4.1 La Revolución Digital: Hoy en día a cambiado la forma en que las empresas venden sus servicios, el cliente desea interactuar cara a cara con los representantes de la empresa para obtener credibilidad del servicio que desea obtener, la tecnología aumentará estas opciones de interactuar y poder presentar los servicios o productos que las compañías venden de una manera digital mejorando así la relación con sus clientes.

Enciclopedia. (2000). Posibles tendencia fututas. España: Oceano.

# **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:**

#### **7.1.1 Ciencias**

7.1.2.1 Semiología: Ciencia que ayudará a realizar el proyecto para utilizar los elementos adecuados para que el grupo objetivo pueda interpretar correctamente el audio, temas, tipografías, imágenes y colores del video promocional.

7.1.1.2 Semiología de la Imagen: La semiología de la imagen es la ciencia que se utilizará para la correcta aplicación de imágenes posteadas dentro de los temas de diseño utilizados en el video promocional y los 4 segmentos como son en el área de catering, discoteca, fotografía y video grabaciones.

7.1.1.3 Semiología del Discurso: Ciencia que es aplicada en la elaboración de los guiones para lograr adaptar un lenguaje claro y sencillo, acerca de lo que el presentador explicará en el video promocional.

7.1.1.4 Etnología: Ciencia que regulará el léxico del presentador para que el grupo objetivo al que está dirigido el video promocional, comprenda de igual manera el concepto de la empresa.

7.1.1.5 Psicología de la Comunicación: Ciencia que aportará la correcta utilización de todo el material audiovisual dentro del video promocional para que conceptualice a lo que se dedica la empresa y obtenga una respuesta positiva de parte del cliente (retroalimentación).

7.1.1.6 Psicología del color: Ciencia que aportará un correcto uso de los colores y selección de temas gráficos en cada área del video, ya que el video está dirigido a un grupo de jóvenes adultos con interés en realizar una celebración de tipo quince años o bodas.

7.1.1.7 Sociología: Ciencia que será utilizada como guía para diferenciar las clases sociales, costumbres y actividades de los clientes, para no incluir cualquier tipo de contenido que puede resultar ofensivo para el grupo objetivo.

7.1.1.8 Psicología del consumidor: Ciencia que ayudará al correcto desarrollo del contenido del video promocional para ayudar a captar la atención del consumidor y lo que busca en una empresa que realiza eventos.

### **7.1.2 Artes:**

7.1.2.1 Fotografía: Parte fundamental del proyecto, la fotografía se encuentra plasmada en cada imagen que se utiliza para brindar muestra de los servicios de la empresa.

7.1.2.2 Video: Se aplicará en el desarrollo de secuencias, guiones, storyboard, grabación con cámaras profesionales y codificación en alta definición.

### 7.1.3. Teorías:

7.1.3.1 La tecnología gráfica: La aplicación de esta teoría es una mezcla del diseño utilizado en montajes de eventos, temas y colores al utilizar la tecnología como medio de difusión del mismo.

7.1.3.2 Tecnología: Teoría fundamental dentro de la elaboración del proyecto, puesto que es un material audiovisual de formato digital, donde la tecnología se aplica en cada área de la elaboración del mismo, en la edición de video, en la edición de imágenes, en la elaboración de guiones y del proyecto en general.

### 7.1.4. Tendencias:

7.1.4.1 La revolución digital: Se utiliza en la implementación de medios digitales para dar a conocer una variedad de servicios con los que cuenta la empresa.

## **7.2 Conceptualización:**

### **7.2.1 Método:**

#### 7.2.1.1 Listado de Atributos:

¿Qué es y para qué sirve? Es una técnica creada por R.P. Crawford, ideal para la generación de nuevos productos. También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades de productos ya existentes.

¿Cómo? Para que esta técnica dé resultados, primero se debe realizar un listado de las características o de los atributos del producto o servicio que se quiere mejorar para, posteriormente, explorar nuevas vías que permitan cambiar la función o mejorar cada uno de esos atributos.

Primer paso: Hacer una lista de los atributos actuales del modelo.

Segundo paso: Cada uno de los atributos se analiza y se plantean preguntas sobre la forma en que se podrían mejorar

Tercer paso: Las mejores ideas que hayan surgido en el paso 2 se seleccionan para su evaluación posterior.

#### 7.2.1.2 Aplicación de la Técnica en la elaboración de un video promocional.

Listado de servicios para dar a conocer:

1. Catering: Incluye el montaje, desmontaje, la loza, la cristalería, la mantelería, Cubertería, el servicio es tipo bufete, incluye el equipo de meseros, , servicio de café, boquitas dulces y saladas, fondue de chocolate con frutas.
2. Discoteca: Un servicio de discoteca rodante con proyectos aéreos, iluminación led, pantallas LCD.
3. Fotografía y Filmación: Fotos ilimitadas de HR el día del evento y la elaboración de una película en HD.

Evaluación del listado:

1.Catering: El servicio es completo por lo que los clientes de la empresa no tendrán que preocuparse de mucho, ¿Cómo se le puede dar a conocer esto al cliente? dando a conocer lo que incluye el servicio únicamente, ¿ De qué manera se puede realizar esta acción? Con un presentador que diga los servicios que se ofrecen a los clientes.

2.Discoteca: ¿De qué manera se puede mostrar que la discoteca llena las expectativas del Cliente? Incluyendo Clips en el video promocional que demuestren cómo se divierten con la discoteca en los eventos.

3.Fotografía y Video grabaciones: ¿De qué manera se puede generar un sentido de importancia para la contratación de fotografía ante una celebración? Mostrando la calidad fotos y video, la importancia de poseer un recuerdo físico de la fiesta. ¿Cómo mostrar la calidad del mismo? Con el video promocional.

Solución Final:

Para la elaboración del video se recomienda utilizar un presentador para que este describa cada uno de los servicios de Corporación Arreola.

Resultados:

Como resultado se establece que Corporación Arreola brinda un servicio completo para una celebración, es una solución integrada para sus clientes.

Marco Vinicio Arreola. (2005). Referencias para el personal de la Empresa. Guatemala: Corporación Arreola.



### **7.2.2 Definición del Concepto.**

Generación de conceptos:

1. Arreola, la mejor solución
2. Corporación Arreola, la solución integrada
3. Todo en uno, contrátanos
4. Corporación Arreola, todo en uno

Como resultado del método realizado se conceptualizó que Corporación Arreola es una solución integrada para sus clientes, por lo que se utilizará la frase:

“Corporación Arreola, todo en uno”

Con la frase “Todo en uno” se busca lograr que el cliente comprenda que la corporación le ofrece una solución integrada en su celebración.

### 7.3 Bocetaje:

Posterior a la conceptualización de la idea central de Corporación Arreola “Todo en uno” se efectúa el guión literario. 7.3.1 Guión Literario:

#### Guión Literario Video Promocional

Escrito por

**Brayan Arreola**

Basado en;

Producción de video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, filmación, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola. Guatemala, Guatemala, 2015.

Dirección Brayan Arreola  
Número de teléfono 5579-9770

## Guión técnico de video promocional

### ESCENA DE APERTURA

Se inicia la primera escena con el logotipo de la empresa.

#### PRESENTACIÓN DEL VIDEO Y PERSONAJE

Toma 1

Como segunda escena se debe la introducción con un presentador el cual describirá los servicios de la empresa. El presentador se introducirá ante el público y después empezará a hablar de la empresa.

#### DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE CATERING

Toma 2

El presentador inicia con la descripción del servicio de catering de la empresa, se reproducen clips de fotografías y videos de muestra de la comida y los diferentes montajes para eventos. (El presentador relata el servicio y se incluye música de fondo).

#### DESCRIPCIÓN DE EL SERVICIO DE DISCOTECA

Toma 3

##### SE MUESTRA UN CLIP DE LA DISCOTECA

Se muestra una breve introducción del equipo de la discoteca, seguido el presentador aparece en escena y empieza a explicar los servicios de la Discoteca Viento y Fuego. Se muestran clips de la animación y la discoteca en todo su esplendor, al finalizar el clip el presentador termina la escena de la discoteca con una breve conclusión.

#### DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE FOTOGRAFIA Y FILMACIÓN

Toma 4

##### FOTOS DE SESIÓN

Ingresa a escena la muestra de fotografías de una sesión fotográfica, de la misma manera se muestra un video mientras las quinceañeras realizan su sesión. El

(MÁS)

FOTOS DE SESIÓN (CONT.)

presentador relata los servicios de fotografía, mientras él los explica sale en escena muestra de las fotografías de un evento y el orden de estas.

Segmento 5

VIDEO

Entra a escena un clip de video de una celebración, mientras el clip corre el presentador explica las características de la filmación hasta su entrega final, mientras el presentador explica, sale de escena y se muestra parte de cómo se entrega un paquete de filmación o bien lo que es una película ya elaborada.

CONCLUSIÓN DEL VIDEO PROMOCIONAL

Toma 5

UN TODO EN UNO

El presentador en escena explica lo que es poder adquirir los servicios de una empresa que integra una serie de servicios, ofreciendo así a sus clientes una solución integrada. (En escena se muestran una serie de clips de todos los servicios de la empresa, y en su orden protocolario. Para finalizar el presentador se despide.

Toma 6

CRÉDITOS

Ya elaborado el guión literario, se procede a realizar el guión técnico. Con el guión literario ya se tiene una idea básica del proceso de pre-producción, en el guión técnico se desarrollará a profundidad la idea central.

### 7.3.2 Guión Técnico:

#### Guión Técnico de material audiovisual

Escrito por

**Brayan Arreola**

Basado en,  
Producción de video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, Filmación, Amplificación de audio y Catering que ofrece la empresa Corporación Arreola. Guatemala, Guatemala, 2014.

Dirección: Brayan Arreola

### 7.3.2 Guión Técnico

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
Toma 1	Escena 1	General	0.0 seg-0.03 seg	Logo tipo de la empresa en escena (fondo negro y logo tipo en medio)	Tipo orquesta de inicio.		Entrada: Cross Dissolve Salida: Cross Dissolve
	Escena 2	Medio y General	0.03 seg-0.18 seg	Presentador en escena (fondo blanco iluminado)	Música Instrumental	Que tal, les deseo lo mejor de lo mejor, les voy a presentar lo que es Corporación Arreola, somos una corporación integrada por varias empresas para brindarle a usted una solución integrada	Entrada: Cross Dissolve Salida: Tema Especial
Toma 2	Escena 1	Detalle y Medio	0.19 seg-0.26 seg	Serie de imágenes y clips de video del servicio de catering	Tema instrumental de tercer cielo		Tema de fotografías en pantalla Entrada: Tema Especial Salida: Tema Especial

### 7.3.2 Guión Técnico

Formato de Video: MPEG-4 (m4v)	Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
	Escena 2	Medio y plano de detalle y general	0.27 seg- o.57 seg	Presentador en un jardín, sale de escena y se muestran fotografías y clips de video mientras el presentador continúa narrando	Música instrumental de fondo de tercer cielo	El servicio de catering de la empresa para 15 años bodas convivios graduaciones o cualquier otro tipo de eventos ofrece un servicio integrado por sillas, mesas, mantelería	Tema especial para posicionar fotografías en la pantalla  Salida: Cross Dissolve Black

### 7.3.2 Guión Técnico

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
						cubertería, loza, cristalería, mesa de regalos, mesa de pastel, mesa principal, servicio de café, fondue de chocolate, bufet de boquitas, equipo de meseros calificados para servir a sus invitados, una deliciosa variedad de menús a escoger	
Tema 3	Escena 1	Plano general y de detalle	0.58 seg- 1.06 seg	Fotografías y clips de videos que muestren el servicio de la discoteca	Flo-rida club cante handle me		Entrada: Transición especial Salida: Transición especial



### 7.3.2 Guión Técnico

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
	Escena 2	General	1.06 seg - 1.31 seg	Presentador explicando el servicio de la discoteca , el presentador sale de escena y se muestran clip que explica lo que el presentador esta narrando	Música instrumental de toby mac	Viento y fuego es una discoteca que lleva mas de 30 años en el mercado, viento y fuego se encarga de hacer de tu evento un evento único y divertido desde la entrada de la quinceañera o novios, Vals, brindis, brindis por mesas, partida del pastel, hasta la diversión en tu evento.	Entrada: Cross Dissolve Salida: Transición especial
	Escena 3	General	1.32 seg - 1.42 seg	Clips de videos que muestran a los invitados bailando divitiendose en una fiesta	Propio de cada clip de video	No aplica	Entrada: Cross Dissolve  Intermedio Transiciones especiales  Salida: Cross Dissolve Black

### 7.3.2 Guión Técnico

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
Toma 4	Escena 1	General	1.43 seg-1.57 seg	Muestras de fotografías y clips de videos del servicio de fotografía y filmación	Taylor swift-fifteen	No aplica	Tema de posicionamiento de las imágenes sobre la pantalla

### 7.3.2 Guión Técnico

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
	Escena 2	Medio	1.58 seg-2.38 seg	Presentador en escena explicando el servicio de fotografía y filmación, el sale de escena y se muestran fotografías que ejemplifican el servicio y se muestra clips de videos conforme lo que el presentador esta narrando	Taylor swift-love story y propio de los clips de video	El servicio de fotografía y filmación de la empresa es unico y de alta calidad, se le ofrece sesión fotográfica en blanco y negro y a color mas una serie de fotografías ilimitas el día del evento, lo bueno de esto es que las fotografías son de alta resolución y se le entregan a usted en un formato jpg para que les pueda dar el uso que usted desee. En lo que es filmación le ofrecemos	Entrada: Cross Dissolve Salida: Cross Dissolve

### 7.3.2 Guión Técnico

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
						Una película en alta definición que usted podrá apreciar en la comodidad de su hogar con un audio de 5.1 canales, es fácil usar, simple introduce la película al reproductor DVD podrá apreciar lo que es un menú principal con la opción de reproducir toda la película, reproducir videos fotograficos ingresar a un sub menú donde podrá apreciar fotografías en video del día de su evento,	

### 7.3.2 Guión Técnico


Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
						Un paquete completo	
Toma 5	Escena 1	General	2.38 seg- 2.58 seg	presentador en escena detallando la unión de todos los servicios, el presentador sale de escena y se muestra clips de video	Introducción del narrador instrumental de tercer cielo y propio de los clips	Es por eso que somos la empresa ideal para tu celebraciones nos encontramos desde el inicio en el servicio religioso con la fotografía y filmación y en la recepción con en ingreso el vals, palabras de bienvenida  brindis, brindis por mesas, partida del pastel, bufet, video fotográfico, baile, hasta el final de tu evento con tus agradecimientos	Transiciones de intermedio temas especiales y cross Dissolve.
Núme...	Escenas	Plano	Tiempo	Visual	Audio	Dialogo del...	Efectos
Toma 6	Escena 1		2.59 seg- 3.14 seg	Créditos	Instrumental de tercer cielo		Entrada: Cross Dissolve Salida: Cross Dissolve

Realizado el guión técnico se procede al desarrollo de un storyboard, como existe un personaje en el video (presentador) se realiza una ficha bibliográfica del mismo, después se procede a ilustrar ciertas escenas para tener una idea clara de la producción del video promocional.

### 7.3.3. Story Board:

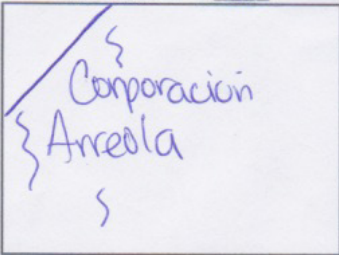
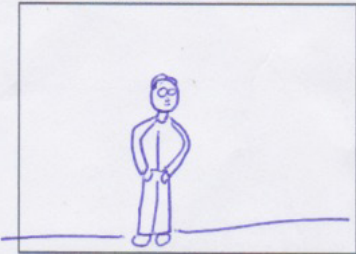
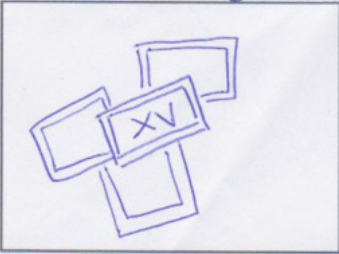
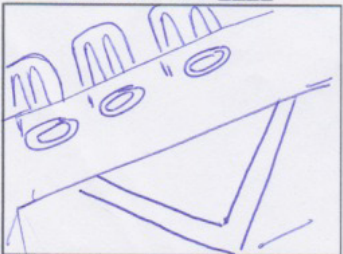
Ficha del Presentador:

Nombre: Marco Vinicio Hernández	
Edad: 53 años	
Sexo: Masculino	
Profesión: Ingeniero Industrial	
Bibliografía: Empresario, Gerente general de Corporación Arreola, casado, le encanta su trabajo, motivador y amante de la atención al cliente.	

### 7.3.4 Bocetaje Story board

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

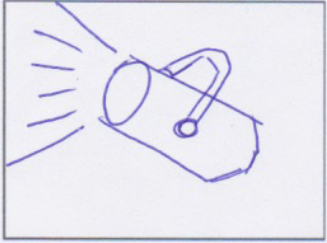
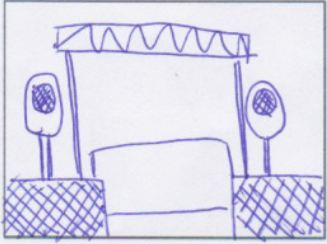
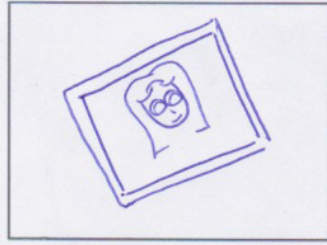

Project Title Bocetaje Page 1 of 3

Describe or Sketch Video Scene # <u>1</u> 	Outline your Script or Voiceover <u>Presentación:</u> <u>Introducción</u> <u>con logo de</u> <u>la empresa</u>	Production Notes <u>Audio: canción</u> <u>de fondo para</u> <u>intro de pista</u> <u>tercer cielo</u>
Describe or Sketch Video Scene # <u>2</u> 	Outline your Script or Voiceover <u>Video: Presentador</u> <u>en escena</u> <u>Presentando los</u> <u>servicios de la</u> <u>empresa</u>	Production Notes <u>Audio: Pista de</u> <u>fondo Saxofón</u> <u>Voz del presentador</u>
Describe or Sketch Video Scene # <u>3</u> 	Outline your Script or Voiceover <u>Pase de fotografías</u> <u>sobre los</u> <u>servicios de</u> <u>Catering</u>	Production Notes <u>Audio: Canción</u> <u>de Saxofón</u>
Describe or Sketch Video Scene # <u>4</u> 	Outline your Script or Voiceover <u>Video: Clips</u> <u>de video sobre</u> <u>el servicio</u> <u>de catering</u>	Production Notes <u>Audio: Canción</u> <u>de fondo.</u> <u>Pista - Saxofón</u>

### 7.3.4 Bocetaje Story board

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Project Title Bocetaje Page 2 of 3




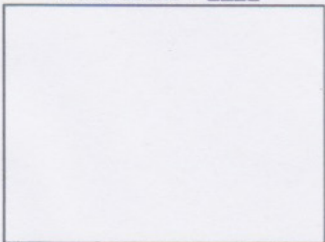
Describe or Sketch Video Scene # <u>5</u> 	Outline your Script or Voiceover Video: Clips de video sobre la discoteca	Production Notes Audio: El presentador Narando
Describe or Sketch Video Scene # <u>6</u> 	Outline your Script or Voiceover Video:	Production Notes Audio: Canción en tiempo real de la discoteca
Describe or Sketch Video Scene # <u>7</u> 	Outline your Script or Voiceover Video: Pase de fotografías sobre la fotografía	Production Notes Audio: Presentador Narando los servicios de fotografía
Describe or Sketch Video Scene # <u>8</u> 	Outline your Script or Voiceover Video: Presentador en escena narrando los servicios de filmación	Production Notes Audio: Voz del Presentador



### 7.3.4 Bocetaje Story board


Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

Project Title Bocetaje Page 3 of 3

Describe or Sketch Video Scene # <u>9</u> 	Outline your Script or Voiceover <u>Video: Presentador en escena despidiendo el video</u>	Production Notes <u>Audio: Voz de Presentador</u>
Describe or Sketch Video Scene # <u>10</u> <u>Corporación Arreola</u> 	Outline your Script or Voiceover <u>Credits</u>	Production Notes <u>Audio: Cancion Pista - Taylor Swift</u>
Describe or Sketch Video Scene # _____ 	Outline your Script or Voiceover _____ _____ _____ _____	Production Notes _____ _____ _____ _____
Describe or Sketch Video Scene # _____ 	Outline your Script or Voiceover _____ _____ _____ _____	Production Notes _____ _____ _____ _____

#### 7.4 Propuesta preliminar del video promocional:

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stéreo de 2 canales opcional a 5.1 canales

	Video:	Audio:
	Introducción del video con logotipo de la empresa	Canción de fondo. pista instrumental de tercer cielo.

	Video:	Audio:
	Presentador en escena, introduciendo parte de los servicios.	Pista de fondo. Voz del presentador introduciendo los servicios de la empresa.

Propuesta preliminar del video promocional Propuesta preliminar del video promocional

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

	Video:	Audio:
	Presentación de fotografías con parte de los servicios de la empresa.	Pista instrumental de saxofón.

	Video:	Audio:
	Clips de video acerca del servicio de catering	Pista instrumental de saxofón.

Propuesta preliminar del video promocional Propuesta preliminar del video promocional

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales


	Video: Clips de video acerca de la Discoteca de la empresa.	Audio: Presentador detalla que los servicios de la discoteca.
---	--	--

	Video: Clips de video sobre la discoteca.	Audio: Propio de los clips de la discoteca.
---	--	--

Propuesta preliminar del video promocional Propuesta preliminar del video promocional


Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales


	Video:	Audio:
	Presentación de fotografías y clips de video sobre el servicio de fotografía y video.	Presentador detallando servicios de fotografía y video.

	Video:	Audio:
	Tomas del presentador que explica el proceso de fotografía y video.	Voz del presentador hablando acerca de los servicios de fotografía y video

Propuesta preliminar del video promocional Propuesta preliminar del video promocional

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

	Video:	Audio:
	Presentador que despide y concluye acerca de los servicios de la empresa.	Voz del presentador

	Video:	Audio:
	Créditos	Pista instrumental love story.

# **Capítulo VIII: Validación técnica**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del video promocional.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 28 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 expertos en el área de comunicación, diseño y video.

Para ello es necesario establecer comunicación con el grupo objetivo, expertos y el cliente a quienes se les mostró la propuesta preliminar y se validó el proyecto mediante una encuesta de 14 preguntas.



## **8.1 Población y Muestreo**

Al realizar el video promocional de la Corporación Arreola, se incluyó dentro de este proceso una forma de evaluarlo y para validar este proyecto se tomaron en cuenta tres grupos:

- Expertos.
- El cliente
- Grupo objetivo.

De estos tres grupos se tomó una muestra representativa, la muestra de cada grupo presenta características específicas que facilitan el estudio de los resultados de la validación. La muestra que se tomó de cada grupo es la siguiente:

Expertos:

Para validar la propuesta preliminar de este proyecto, se tomó en cuenta 5 expertos en el área de comunicación, diseño gráfico, mercadeo y producción de video.

Expertos que validaron:

Diseño y Comunicación: Lic. Andrés Franco

Mercadotecnia: Licda. Flor de Franco

Administración: Licda. Mónica Lou

Edición de video: Lic. Guillermo García

Producción de Tv: Lic. David Castillo

Cliente:

Ing. Marco Vinicio Arreola (Propietario y gerente general).

Chef. Marisol Hernández (Gerente de alimentos).

Grupo objetivo:

Personas de género masculino y femenino, padres de familia y jóvenes adultos de los 24 a los 40 años para celebraciones de quince años, bodas y graduaciones con un nivel socioeconómico C+ y C.

El total de personas encuestadas es de 35 personas (28 personas como grupo objetivo, 5 expertos y 2 personas por parte del cliente).

## **8.2 Método e Instrumentos**

Para validar el video promocional se incluyó una herramienta de investigación de tipo encuesta.

Una encuesta es una herramienta para realizar un estudio en el que los investigadores no modifican las posibles respuestas, estos datos se obtienen mediante la realización de una serie de preguntas dirigida a una muestra que representa el total del grupo de interés de un producto o servicio.

La estructura de la encuesta utilizada es la siguiente:

- a) Parte objetiva: Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto.
- b) Parte Semiológica: Evalúa percepciones y los elementos del diseño.
- c) Parte Operativa: Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta

Preguntas de la Encuesta:

Los tipos de preguntas incluidas en la encuesta son: Preguntas dicotómicas (Si y No) y selección múltiple; son las preguntas en la que el encuestado solo tiene la opción de seleccionar una de las posibles respuestas.

Escala de tipo LIKERT: La escala de tipo Likert es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación.

De acuerdo con la escala de Linkert el encuestado responde según el nivel de aceptación hacia la pregunta.

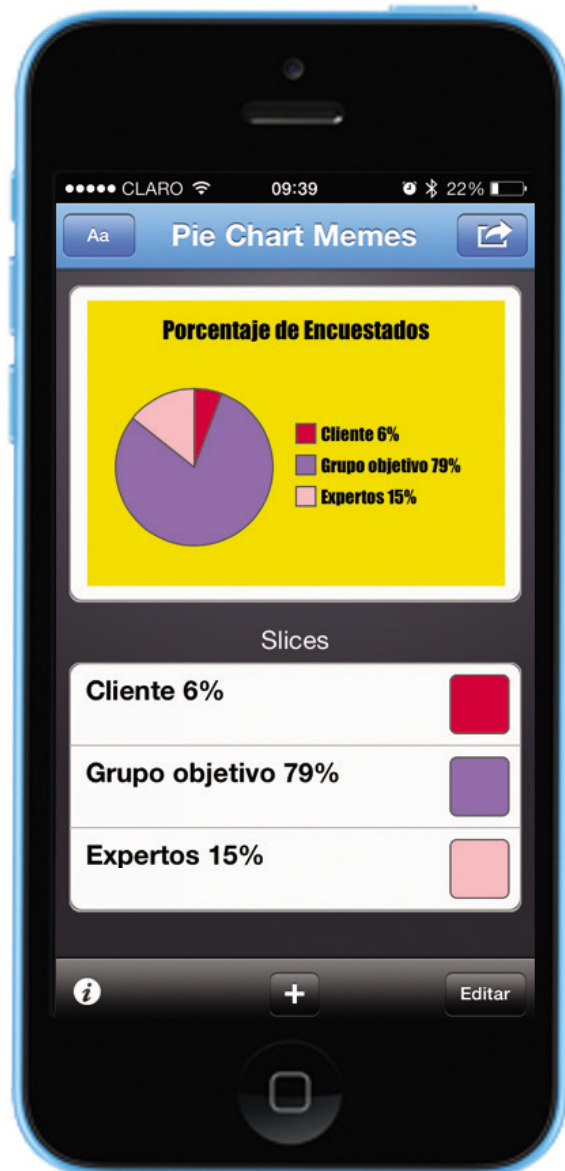
La escala se llama así por Rensis Likert, quien publicó en 1932 un informe donde describía su uso.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados:

A continuación se muestra a través de gráficas los resultados obtenidos de la validación; luego de cada gráfica se muestra una breve interpretación del significado de dichos resultados.

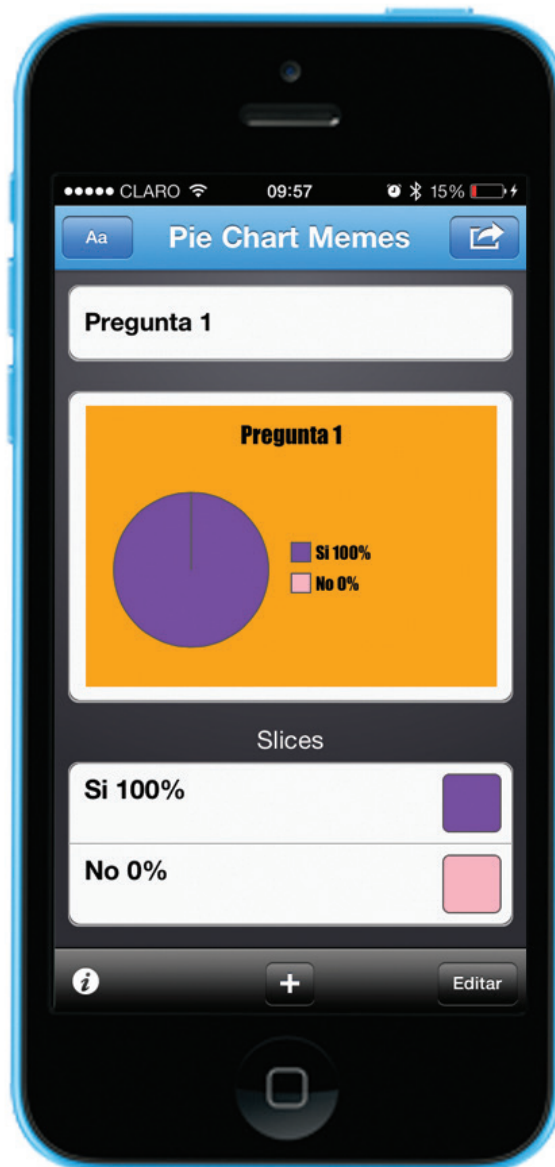
Porcentaje de encuestados por género:

Porcentaje de encuestados respecto a su clasificación:



## Parte Objetiva

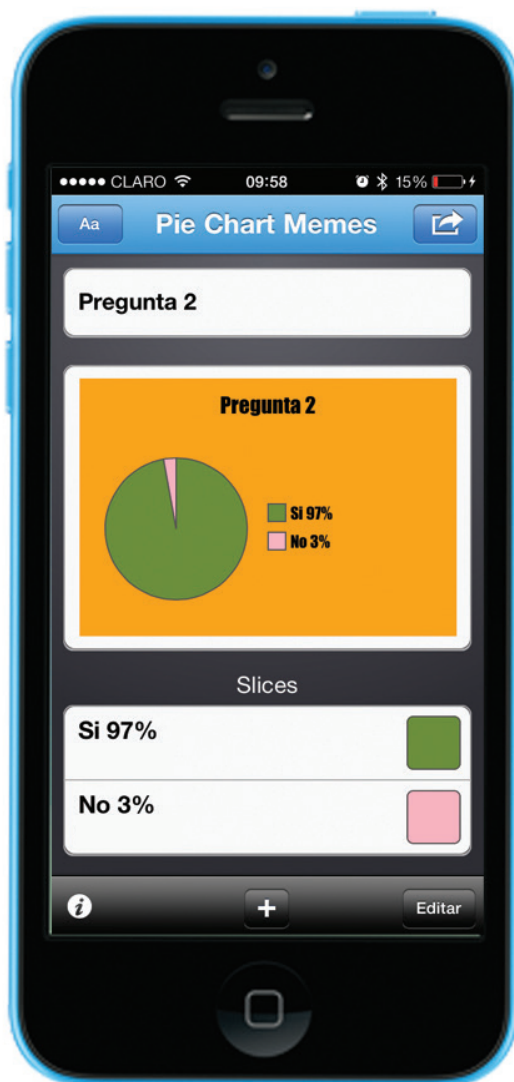
1.¿Considera necesario producir un video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola?



Interpretación:

El 100% de la población encuestada considera necesario producir un video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, filmación, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola.

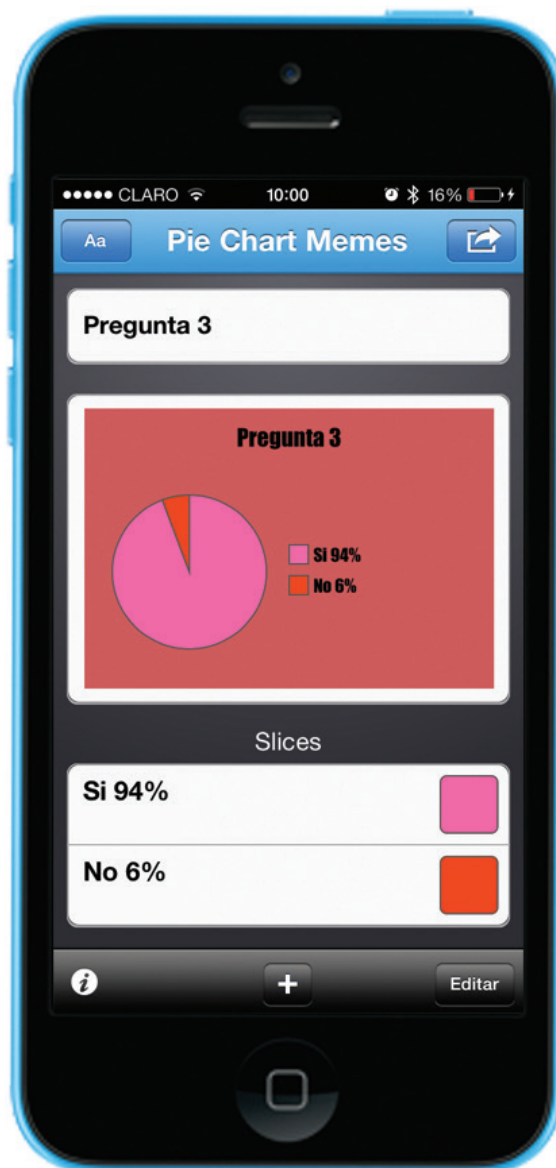
2.¿Considera necesario investigar información acerca de la producción de material audiovisual para sustentar el desarrollo del proyecto?



Interpretación:

El 97% de la población encuestada considera necesario investigar información acerca de la producción de material audiovisual para sustentar el desarrollo del proyecto, mientras que el 3% no lo considera necesario.

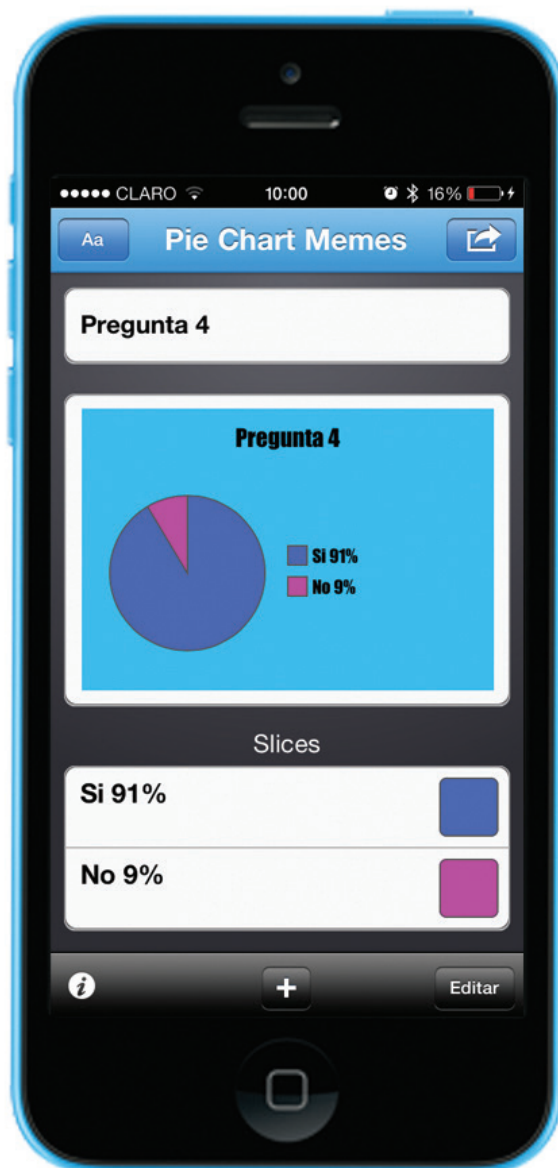
3. ¿Considera necesario recopilar material audiovisual de eventos realizados por la corporación para incluirlo en el contenido del video promocional?



Interpretación:

El 94% de la población encuestada considera necesario recopilar material audiovisual para incluirlo en el video promocional de Corporación Arreola, mientras que el 6% no lo considera necesario.

4. ¿Considera necesario utilizar contenido visual y auditivo para que el video promocional capte la atención del grupo objetivo?

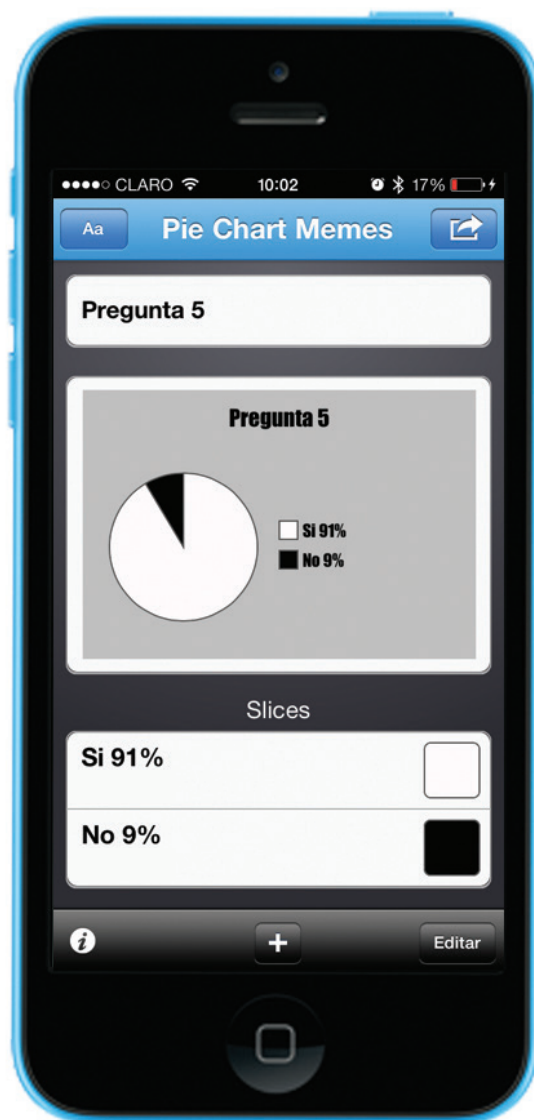


Interpretación:

El 91% de la población encuestada considera necesario utilizar contenido visual y auditivo para que el video promocional capte la atención del grupo objetivo, mientras que el 9% no lo considera necesario.



5. ¿Considera necesario incluir un presentador que explique en el video promocional los servicios de la empresa para que éste dé a conocer el proceso de elaboración y planeación de una celebración?



Interpretación:

El 91% de la población encuestada considera necesario utilizar un presentador que explique en el video promocional los servicios de la empresa para que éste dé a conocer el proceso de elaboración y planeación de una celebración, mientras un 9% no lo considera necesario.

Parte Semiológica

6. ¿Cree que el audio utilizado como fondo en el video promocional es?



Interpretación:

El 97% de la población encuestada cree que el audio utilizado como fondo en el video promocional es muy adecuado, mientras un 3% lo considera nada adecuado.

7. ¿Cómo cataloga los efectos del video promocional?



Interpretación:

El 91% de la población encuestada cataloga los efectos del video promocional como muy atractivos, mientras un 9% los considera poco atractivos.

8. ¿Considera que el lenguaje utilizado por el presentador para describir los servicios de Corporación Arreola es?



Interpretación:

El 91% de la población encuestada considera que el lenguaje utilizado por el presentador para describir los servicios de Corporación Arreola es muy apropiado, mientras un 9% lo considera poco apropiado.

9. Según su criterio, ¿considera que el video promocional es?



Interpretación:

El 91% de la población encuestada considera que el video promocional es muy dinámico, mientras un 9% los considera poco dinámico.

10. ¿ La música de fondo del video promocional capta su atención?



Interpretación:

El 63% de la población encuestada considera que la música de fondo del video promocional capta mucho su atención, mientras un 34% considera que capta poco su atención y un 3% considera que no capta su atención.

## Parte Operativa

11. ¿Considera que la duración del video promocional es?



Interpretación:

El 91% de la población encuestada considera que la duración del video promocional es muy adecuada, mientras un 9% considera que es poco adecuada.

12. ¿Considera que la información que brinda el video promocional acerca de los servicios que ofrece la empresa es?

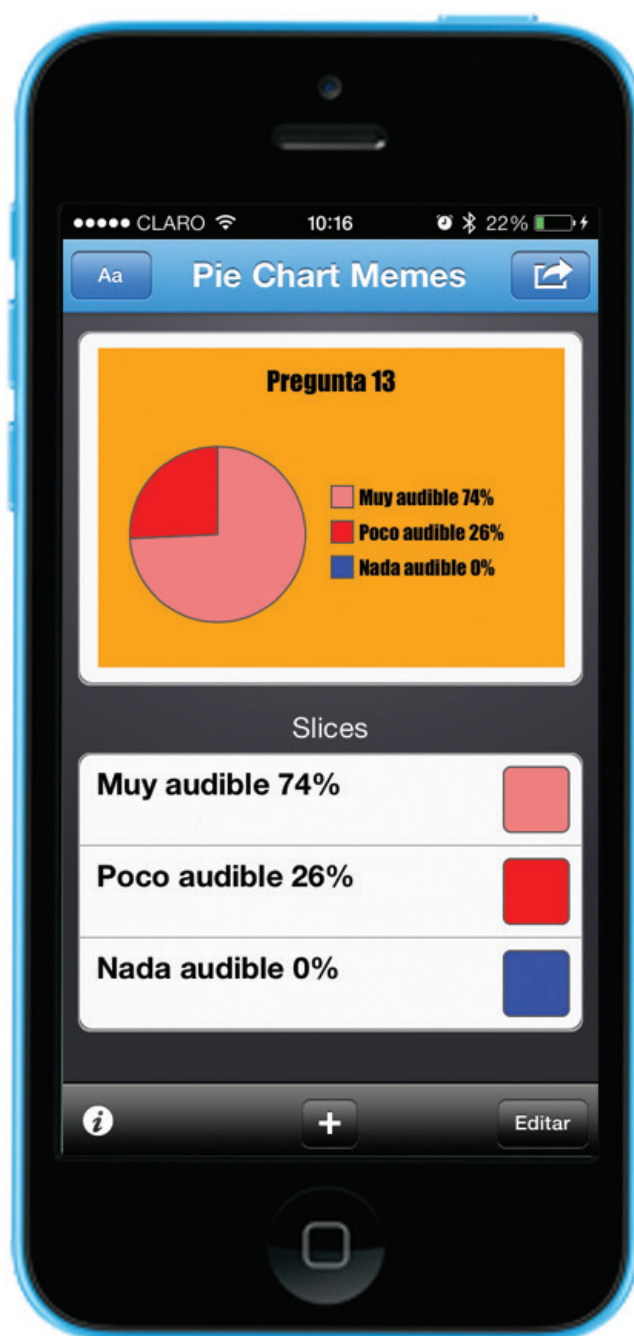


Interpretación:

El 97% de la población encuestada considera que la información que brinda el video promocional acerca de los servicios que ofrece la empresa es muy completa, mientras un 3% la considera poco completa.



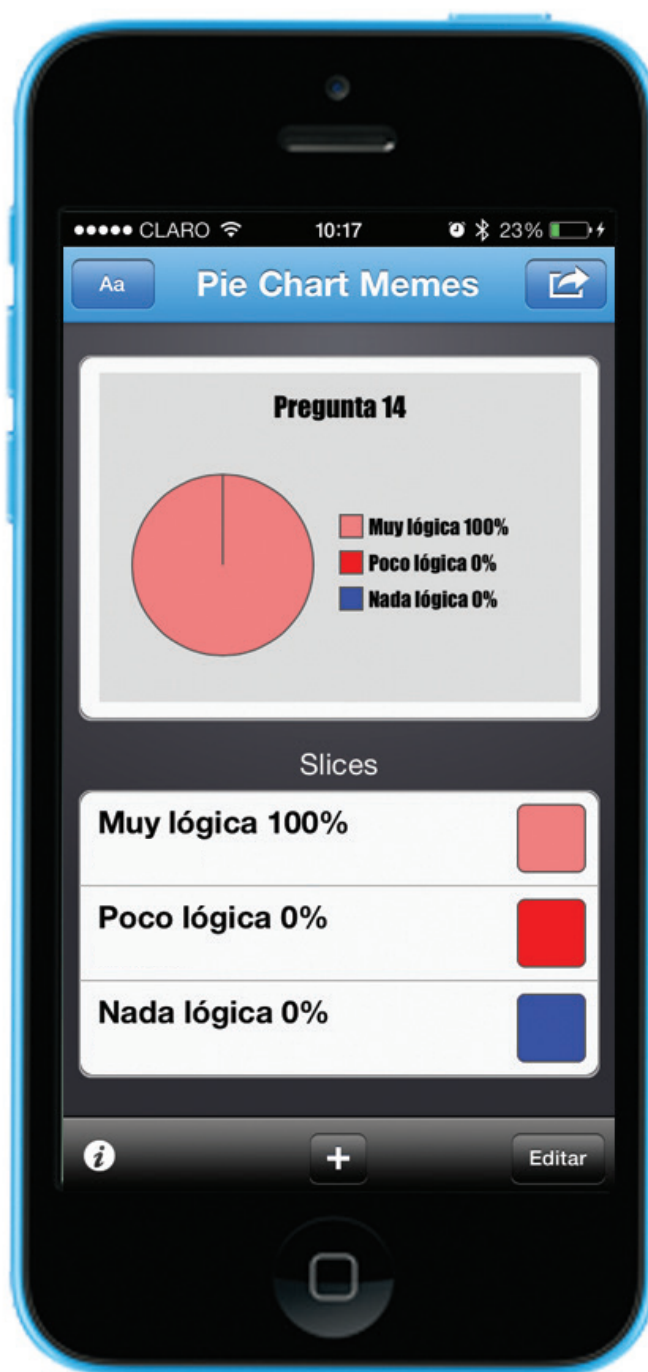
13. ¿Considera que la voz del presentador es?



Interpretación:

El 74% de la población encuestada considera que la voz del presentador es muy audible, mientras un 26% considera que es poco audible.

14. ¿Considera que la secuencia de escenas del video promocional es?



Interpretación:

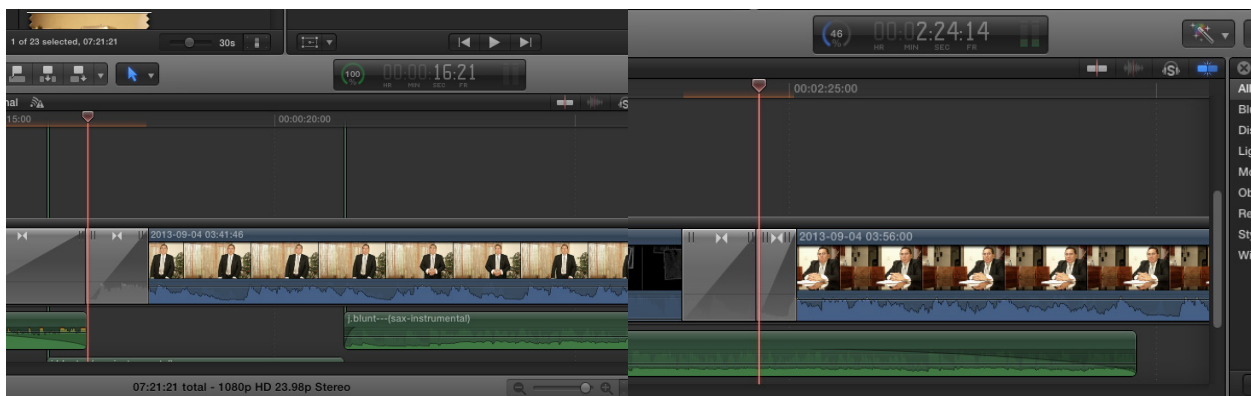
El 100% de la población encuestada considera que la secuencia de escenas del video promocional es muy lógica.

## 8.4 Cambios en base a los resultados:

Antes



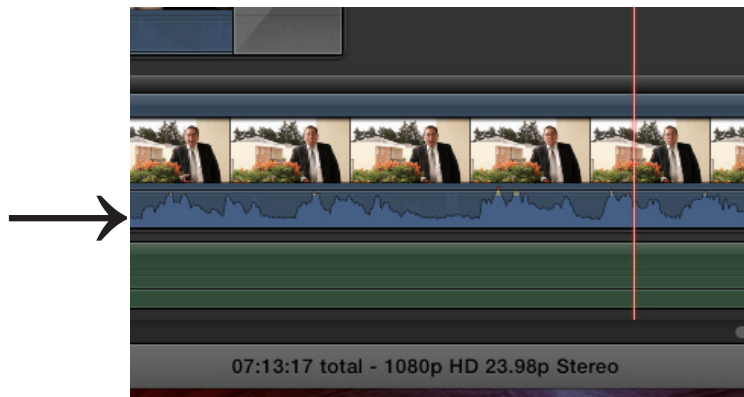
Después



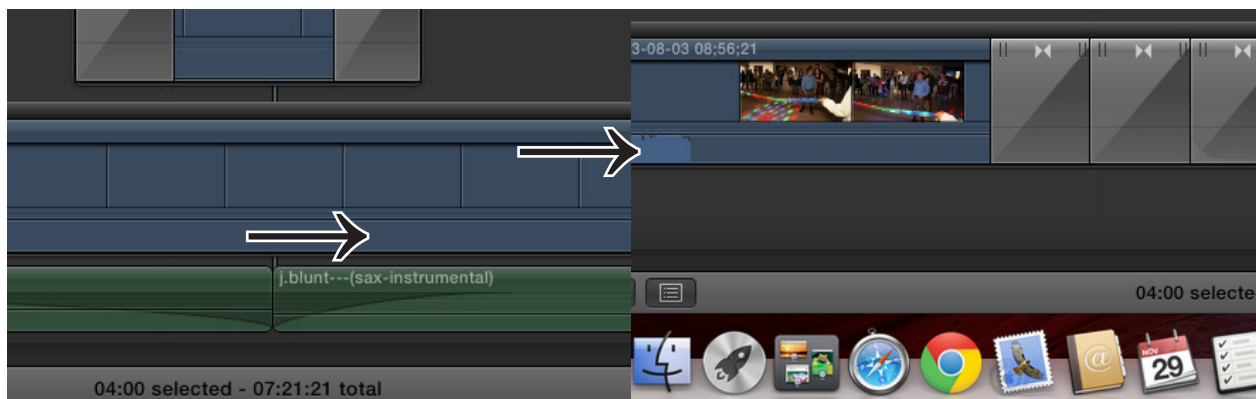
Justificación

Se removieron los conteos regresivos en el tiempo 0:09:00, 2:24:14, 4:13:15 y 4:50:00, los encuestados no entendían por qué estaban incluidos en el material audiovisual y estos aumentaban la duración del video.

Antes



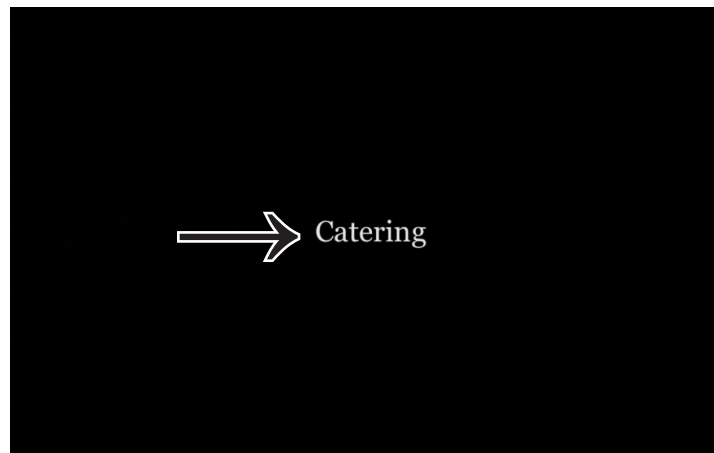
Después



Justificación

Se niveló la voz del presentador en cada clip de video, ya que según los resultados de las encuestas a algunos se les dificultaba oír lo que el presentador decía en algunas partes del video y se añadió texto que describe cada uno de los servicios de la empresa.

Antes



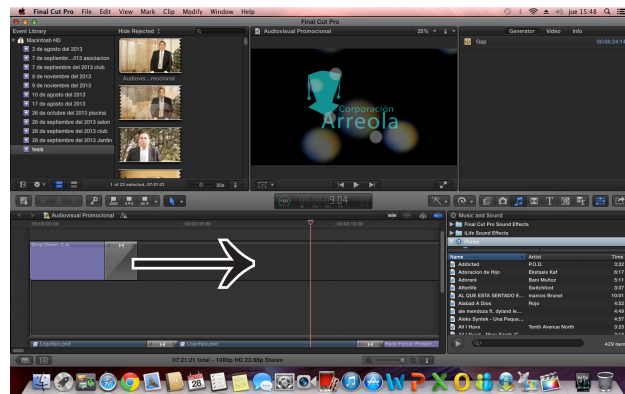
Después



Justificación

Se eliminó el texto de catering, ya que antes de las fotografías, la tipografía y efectos no eran adecuados al video promocional.

Antes



Después



Justificación

Se eliminó un clip de video, según los resultados de la encuesta el video promocional era muy extenso.

## **Autoridades**

### **Rector.**

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

### **Vicerrectora**

Dra. Mayra de Ramírez.

### **Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

### **Secretario general**

Lic. Jorge Retolaza.

### **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

### **Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto Ms.C

## Capítulo IX: Propuesta final del video promocional

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

	Video Fx: Esferas luminosas con logotipo de la empresa.  Tiempo 0:00 min.	Audio: Introducción de Tercer cielo pista tu amor es un sueño.
	Presentación de la empresa.  Tiempo: 0.17 min.	Audio: Voz del presentador.  Fondo: Pista de saxofón
	Video: Pase de transición entre clips de montajes  Tiempo: 0:45 min.	Audio: 5.4 canales  Canción de fondo: Continua pista de saxofón
	Video: Clips entre video del presentador y montajes de eventos.  Tiempo 1:00 min.	Audio: Voz del presentador explicando el servicio de catering.



## Propuesta final del video promocional

<p>Cliente: Corporación Arreola</p>	<p>Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB</p>	<p>Resolución: FullHD (1920 x 1080)</p>
<p>Duración: 07:22</p>	<p>Codecs: H.264</p>	<p>Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales</p>
	<p>Video Fx: Resolución Full HD  Tiempo 2:01 min.</p>	<p>Audio: Canción de saxofón instrumental</p>
	<p>El presentador se encuentra sentado en una mesa explicando los servicios de la discoteca  Tiempo: 2.24 min.</p>	<p>Audio: Voz del presentador.  Fondo: Pista de saxofón</p>
	<p>Video: Clips de video ejemplificando los servicios de la discoteca se intercalan con la presentación del presentador sentado en la mesa. Tiempo: 2:40 min.</p>	<p>Audio: 5.4 canales de los clips de video y voz del presentador.  Canción de fondo: Continúa pista de saxofón.</p>
	<p>Video: Clips de video de la discoteca en vivo.  Tiempo 3:45 min.</p>	<p>Audio: Clips originales del video.</p>



## Propuesta final del video promocional

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

	Video Fx: Presentador explica los servicios de fotografía y filmación. Tiempo 4:12 min.	Audio: Voz del presentador y canción de saxofón instrumental
	El presentador se encuentra sentado en una mesa explicando los servicios de la discoteca  Tiempo: 4.26 min.	Audio: Voz del presentador.  Fondo: Pista de saxofón
	Video: Explicación del servicio de filmación  Tiempo: 4:50 min.	Audio: Voz del presentador que explica el servicio de fotografía y video, mientras se muestra en pantalla.
	Video: Clips de filmación en vivo.  Tiempo 5:20 min.	Audio: Voz del presentador.

## Propuesta final del video promocional

Cliente: Corporación Arreola	Formato de Video: MPEG-4 Tamaño: 548.3 MB	Resolución: FullHD (1920 x 1080)
Duración: 07:22	Codecs: H.264	Audio: AAC Stereo de 2 canales opcional a 5.1 canales

	<p>Video Fx: El presentador realiza la despedida y conclusión del video promocional.</p> <p>Tiempo 5:43 min.</p>	<p>Audio: Voz del presentador y canción de saxofón instrumental</p>
 <p><b>Corporación Arreola</b></p> <p>Catering    Corporación Arreola Discoteca    Viento Y Fuego Fotografía    C.A. Estudios Filmación    C.A. Estudios</p>	<p>Video: Creditos</p>	<p>Audio: Fondo: Pista fifteen.</p>

Link del video:

<https://youtu.be/myDsYmgVK7E>

# **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

### 10.1 Plan de costos de elaboración:

Meses de julio, agosto y septiembre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Elaboración del Guión literario	Elaboración del guión técnico	Elaboración del storyboard			20/julio Grabación del material	
					27/julio Grabación del material	
					3/agosto Grabación del material	
					10/agosto grabación del material	
					17/agosto grabación del material	Grabación del presentador
					7/septiembre Edición del video promocional	

En la elaboración de los guiones se cobró por paquete, no por horas trabajadas, ya que el tiempo de elaboración de los mismos fue menor al de 4 horas.

Guión literario Q150.00

Guión Técnico Q500.00

Storyboard Q100.00

Para la recopilación de material audiovisual para la elaboración del video promocional se utilizó un margen de 8 horas por evento lo que equivale a Q800.00 por evento.

$Q800.00 \times 5 \text{ eventos} = Q4,000.00$

Grabación del presentador: El tiempo utilizado para trabajar con el presentador fue de 2 horas.

$2 \times Q100.00 \text{ total } Q200.00$

### **10.2 Plan de costos de producción:**

Para la edición del video promocional se utilizaron 3 horas de trabajo.

$3 \times Q100.00$

Total Q300.00

Uso de Imac para edición final y accesorios de mac Q100.00

Uso de programas de edición Q100.00

Uso de internet Q100.00

Costos de energía eléctrica kilowatts/segundo Q50.00

### 10.3 Plan de costos de reproducción:

Se utilizarán 3 copias digitales para la entrega del video promocional.

1. Una copia para el Gerente General. Q50.00 (DVD-R, impresión en carátula y estuche)
2. Una copia para las vendedoras de los servicios de la corporación. Q50.00 (DVD-R, impresión en carátula y estuche)
3. Una copia para el área de espera en reproducción constante. Q50.00 (DVD-R, impresión en carátula y estuche)

### 10.4 Plan de Costos de Distribución:

Mostrar el video no tendrá costos de distribución.

1. Una copia será guardada en archivos de la corporación.
2. Copia que será mostrada por parte de la vendedora a clientes desde su pc.
3. Copia que será reproducida constantemente en salas de espera de la corporación, la corporación ya cuenta con el equipo necesario para su reproducción.

### 10.5 Cuadro con resumen general de costos:

Plan de costos	Costos
Plan de costos de elaboración (No se incluyó el costo del presentador)	Q4,200.00
Plan de costos de producción	Q650.00
Plan de costos de reproducción	Q150.00
Total	Q5,000.00

# **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**



## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones:**

11.1.1 Se logró producir un video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video grabaciones, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola.

11.1.2 Se logró investigar información acerca de la producción de material audiovisual, lo que permitió elaborar correctamente el proyecto.

11.1.3 Se recopiló material audiovisual de eventos realizados por la corporación, que se incluyó en el contenido del video promocional.

11.1.4 Se utilizó contenido visual y auditivo para que el video promocional capte la atención del grupo objetivo.

11.1.5 Se incluyó un presentador que explica en el video promocional los servicios de la empresa, para dar a conocer el proceso de elaboración y planeación de una celebración.

## **11.2 Recomendaciones:**

11.2.1 Utilizar el video promocional como presentación para clientes que no tienen conocimiento de lo que representa Corporación Arreola y de su capacidad en ofrecer un servicio de calidad en reuniones sociales.

11.2.2 Investigar información acerca de la producción de material audiovisual que permita innovar la manera en que se dan a conocer los servicios de la empresa.

11.2.3 Explicar cada uno de los segmentos en los que el video promocional está dividido y hacer pausas al material para resolver dudas de los clientes de la corporación.

11.2.4 Aclarar que los diseños y calidad del video promocional son ejemplos de los servicios que la empresa entrega a sus clientes, para que de esta manera puedan apreciarlo antes de adquirirlos.

11.2.5 Reproducir el material audiovisual en una pantalla LCD de 21 pulgadas para apreciar la calidad HD de los diseños utilizados en el video promocional con un audio stereo para que la voz del presentador sea audible.

# **Capítulo XII: Conocimiento general**

## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.2 Demostración de Conocimientos



**Software:**  
Los cursos de software sirvieron para la aplicación y uso correcto de todos los programas de Adobe, en especial el uso de illustrator, photoshop e indesign, se utilizaron para el desarrollo del proyecto y fueron base fundamental. Para la edición y efectos de video fueron empleados adobe premiere y final cut pro.

**Fotografía básica y digital:**  
Curso de mayor importancia en el desarrollo del estudiante en la carrera, en este curso se obtuvieron los conocimientos para la toma de fotografías, las cuales se utilizaron en la realización del proyecto de graduación.

**Visualización gráfica:**  
Curso que se aplicó en el uso de color, efectos, fondos, imágenes y tipografías. Su aplicación es importante en el diseño de los diferentes temas que se describen en cada uno de los servicios que se detallan en el video promocional.

**Comunicación audiovisual:**  
El conocimiento adquirido en este curso fue aplicado en todo el desarrollo del proyecto, se tomó la decisión final de realizar un material audiovisual como herramienta de comunicación a los clientes de la empresa.

MacBook Air

## 12.2 Demostración de Conocimientos



The image shows a tablet displaying a document titled "Conocimiento General". The document contains three sections of text:

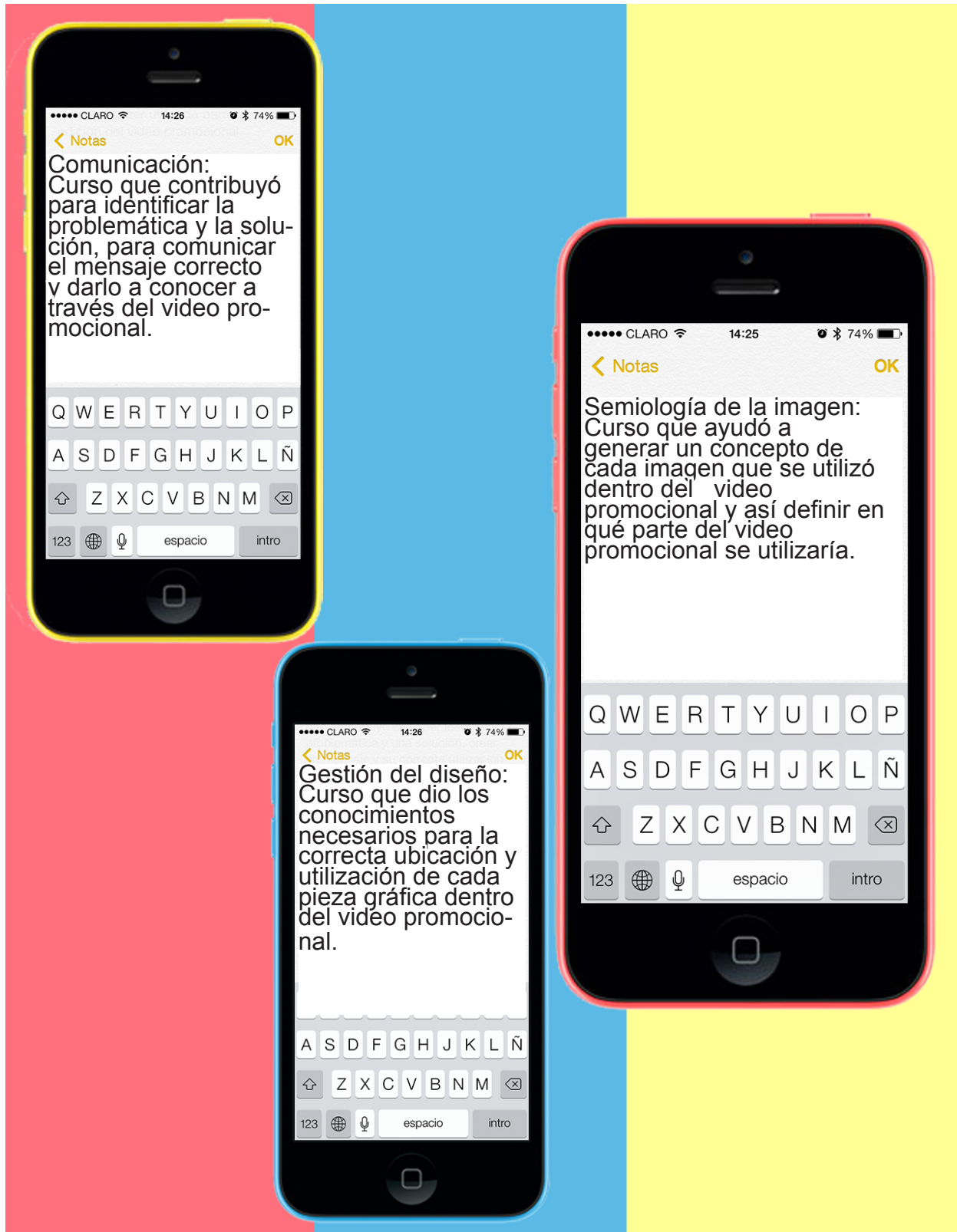
**Diseño gráfico:**  
Curso fundamental para el desarrollo del video promocional, ayudó a ordenar el material audiovisual usando herramientas de video e imágenes y así organizarlas para formar un solo arte.

**Mercadeo:**  
Se aplicaron los conocimientos obtenidos en el desarrollo del marco teórico del proyecto, se identificó la problemática para así proponer una solución y desarrollar una estrategia de comunicación.

**Taller:**  
Se aplicó en el desarrollo de los guiones literarios, técnico y storyboard.

In the foreground, a man in a dark blue shirt is holding a Sony camera with a lens cap and a lens cap, looking directly at the camera.

## 12.2 Demostración de Conocimientos



# **Capítulo XIII: Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

### Bibliografía:

Actipis, Elinor, Focal Press ( 2005 )

Single camera video production (4ta ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=fNPkyeWm0\\_8C&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=fNPkyeWm0_8C&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false)

Lyver, Des, Focal Press (2001)

Basics of the video production diary (1ra ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=OeikbVcG4QMC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=OeikbVcG4QMC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false)

MediaActive (2012)

Aprender Final cut pro 7 (1ra ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=rKwKiHv4vPMC&printsec=frontcover&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=final%20cut&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=rKwKiHv4vPMC&printsec=frontcover&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir_esc=y#v=onepage&q=final%20cut&f=false)



O Reilly Media Inc. (2006)

Digital video production cookbook (1ra ed)

Recuperado de [http://books.google.com.gt/books?id=YtYkTUajDyoC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=YtYkTUajDyoC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false)

Shyles, Leonard (2007)

The art of video production (1ra ed)

Recupera de: [http://books.google.com.gt/books?id=7EqVX2jF2OkC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=7EqVX2jF2OkC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false)

Taylor & Francis, Focal Press (2013)

The video maker guide to video production (4ta ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=ECscMvvcWowC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=ECscMvvcWowC&printsec=frontcover&dq=video+production&hl=es&sa=X&ei=SaebUrzELYWPkAeA7IGQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=video%20production&f=false)

Weynand, Diana (2013)

Final cut pro X (2da ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=hO2A6D7ydFkC&printsec=frontcover&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=final%20cut&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=hO2A6D7ydFkC&printsec=frontcover&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir_esc=y#v=onepage&q=final%20cut&f=false)

Weynand, Diana (2004)

Final Cut Pro HD (1ra ed)

Recuperado de: [http://books.google.com.gt/books?id=XKDtluZWKzIC&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir\\_esc=y](http://books.google.com.gt/books?id=XKDtluZWKzIC&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir_esc=y)

Wohl, Michael (2002)

Editing techniques with final cut pro (1ra ed)

Recupera de: [http://books.google.com.gt/books?id=lvv9HfJnBzMC&printsec=frontcover&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=final%20cut&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=lvv9HfJnBzMC&printsec=frontcover&dq=final+cut&hl=es&sa=X&ei=9KqbUoCDH83SkQerrYHoCg&redir_esc=y#v=onepage&q=final%20cut&f=false)

## **13.2 Biblio Web**

Insivumeh. (2011). Clima. 1990 al 2011, de Parámetro climático promedio de la ciudad de Guatemala Sitio web: [www.insivumeh.com](http://www.insivumeh.com)

Instituto Nacional de Estadística. Definición del grupo objetivo. 1990 al 2011, de Perfil Geográfico, Densidad Poblacional Sitio web: <http://www.ine.gob.gt/>

Corporacion Arreola. (2013). Magnitud. Periodico, internet, Información Anual de la Competencia 2013.

Neuronilla. (2013). Listado de atributos.. 2013, de Técnicas de creatividad. Desarrolla tu creatividad. Sitio web: <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/85-listado-de-atributos>

# **Capítulo XIV: Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

### Encuesta:



Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de tesis

Material Promocional Audiovisual

Genero:      Experto:   
F:       Cliente:   
M:       Grupo Objetivo

Nombre:

Profesión u Oficio:

### Encuesta de Validación del proyecto

Producción de video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, filmación, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola. Guatemala, Guatemala, 2014.

### **Antecedentes:**

**Corporación Arreola es una empresa que brinda servicios de fotografía, filmación, amplificación de audio y catering pero actualmente no cuenta con un video promocional que permita al personal de la empresa mostrar la capacidad y calidad de los servicios que presta la corporación.**

### **Instrucciones:**

Con base a la información anterior, observe el video promocional y según su criterio conteste las siguientes preguntas subrayando la respuesta.

## Parte Objetiva

1. **¿Considera necesario producir un video promocional para dar a conocer los servicios de fotografía, video, amplificación de audio y catering que ofrece la empresa Corporación Arreola? \***

- Si
- No

2. **¿Considera necesario investigar información acerca de la producción de material audiovisual para sustentar el desarrollo del proyecto? \***

- Si
- No

3. **¿Considera necesario recopilar material audiovisual de eventos realizados por la corporación para incluirlo en el contenido del video promocional? \***

- Si
- No

4. **¿Considera necesario utilizar contenido visual y auditivo para que el video promocional capte la atención del grupo objetivo? \***

- Si
- No

5. **¿Considera necesario incluir un presentador que explique en el video promocional los servicios de la empresa para que éste dé a conocer el proceso de elaboración y planeación de una celebración? \***

- Si
- No

## Parte Semiológica

6. **¿Cree que el audio utilizado como fondo en el video promocional es? \***

- Muy adecuado
- Poco adecuado
- Nada adecuado

7. **¿Cómo cataloga los efectos del video promocional? \***

- Muy atractivos
- Poco atractivos
- Nada atractivos

8. **¿Considera que el lenguaje utilizado por el presentador para describir los servicios de Corporación Arreola es? \***

- Muy apropiado
- Poco apropiado
- Nada apropiado

**9. Según su criterio, ¿considera que el video promocional es? \***

- Muy dinámico
- Poco dinámico
- Nada dinámico

**10. ¿ La música de fondo del video promocional capta su atención? \***

- Poco
- Mucho
- Nada

## Parte Operativa

**11. ¿Considera que la duración del video promocional es? \***

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

**12. ¿Considera que la información que brinda el video promocional acerca de los servicios que ofrece la empresa es? \***

- Muy completa
- Poco completa
- Nada completa

**13. ¿Considera que la voz del presentador es? \***

- Muy audible
- Poco audible
- Nada audible

**14. ¿Considera que la secuencia de escenas del video promocional es? \***

- Muy lógica
- Poco lógica
- Nada lógica

## Validación técnica

Expertos: Licda. Flor de Franco



Lic. Andres Franco



Licda. Monica Lou



Expertos:

Lic. David Castillo



Lic. Guillermo García





Cliente:

Ing. Marco Vinicio Hernández



Chef Marisol Sosa



Grupo Objetivo:



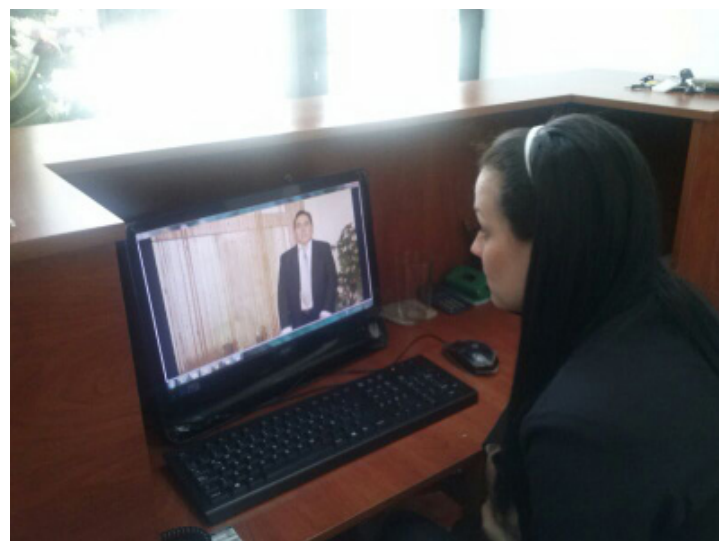
Grupo objetivo



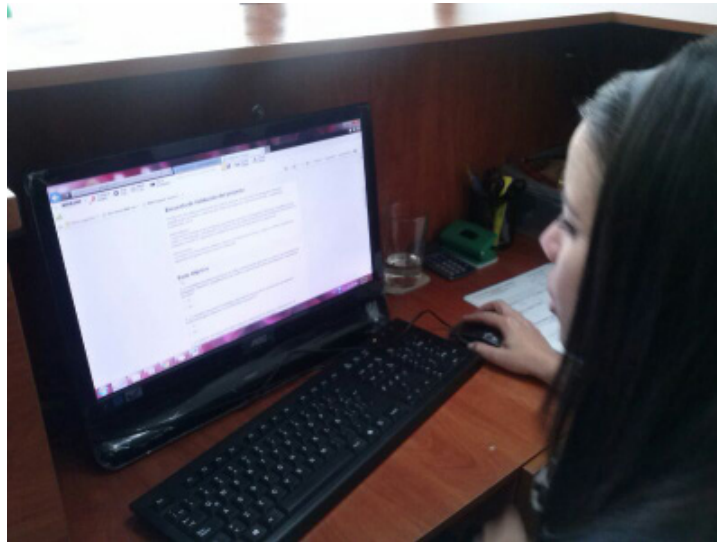
Grupo objetivo



Grupo objetivo



Grupo objetivo



Grupo objetivo

