



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–

Guatemala. Guatemala. 2021

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Antonio José Ruano Marroquín

17002936

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Producción audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–

Guatemala. Guatemala. 2021

Antonio José Ruano Marroquín

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la comunicación

Enero 2021

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, M.Sc.

Guatemala 13 de abril de 2020

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

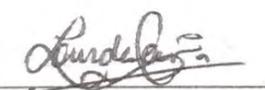
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER EN REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA QUE DISTRIBUYE COMERCIAL CENTRO PLÁSTICO SOCIEDAD ANÓNIMA –COMCEPLAST S.A.-** Así mismo solicito que la M.Sc. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Antonio José Ruano Marroquín
17082936



M.Sc. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

Señor:
Antonio José Ruano Marroquín
Presente

Estimado Señor Ruano:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER EN REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA QUE DISTRIBUYE COMERCIAL CENTRO PLÁSTICO SOCIEDAD ANÓNIMA –COMCEPLAST S.A.-** Así mismo, se aprueba a la M.Sc. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de diciembre de 2020

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER EN REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA QUE DISTRIBUYE COMERCIAL CENTRO PLÁSTICO SOCIEDAD ANÓNIMA –COMCEPLAST S.A.-** Presentado por el estudiante Antonio José Ruano Marroquín, con número de carné: *17002936*, 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,

M.Sc. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de marzo de 2021

Señor
Antonio José Ruano Marroquín
Presente

Estimado Señor Ruano:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 12 de mayo de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER EN REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA QUE DISTRIBUYE COMERCIAL CENTRO PLÁSTICO SOCIEDAD ANÓNIMA –COMCEPLAST S.A.- GUATEMALA. GUATEMALA. 2021**, del estudiante Antonio José Ruano Marroquín, 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, 01 de julio de 2021

Señor:
Antonio José Ruano Marroquín
Presente

Estimado Señor Ruano:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER EN REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS PRODUCTOS DE USO AGRÍCOLA QUE DISTRIBUYE COMERCIAL CENTRO PLÁSTICO SOCIEDAD ANÓNIMA –COMCEPLAST S.A.- GUATEMALA. GUATEMALA 2021.** Presentado por el estudiante: Antonio José Ruano Marroquín, 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

Dedicatoria

A Dios, por guiarme siempre en la vida, a mis padres por todo el apoyo que me han brindado, sin importar mis decisiones, a mi hermana por ser un ejemplo a seguir y a Evaydeé por brindarme su apoyo desde el inicio de la carrera hasta el final.

Resumen

A través del acercamiento con el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.– se identificó que no cuenta con un audiovisual para dar a conocer a través de redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo; Producir un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se produjo un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–. Se recomendó utilizarlo en presentaciones corporativas de la empresa, ya que es un material que explica acerca de quién es Comceplast, sus productos y servicios que ofrece de forma dinámica.

Para efectos legales únicamente el autor, Antonio José Ruano Marroquín, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
2.3 Justificación.....	2
2.3.1 Magnitud.....	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia	4
2.3.4 Factibilidad.....	4

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general.....	5
3.2. Objetivos específicos.....	5

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.....	6
--	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico.....	10
5.2 Perfil demográfico.....	11
5.3 Perfil psicográfico.....	12
5.4 Perfil conductual.....	12

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	13
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	14

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	18
---	----

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	23
---	----

7.2 Conceptualización.....	26
----------------------------	----

7.3 Bocetaje.....	28
-------------------	----

7.4 Propuesta preliminar.....	44
-------------------------------	----

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo.....	48
-------------------------------	----

8.2 Método e Instrumentos.....	49
--------------------------------	----

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	53
--	----

8.4 Cambios en base a los resultados.....	66
---	----

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final.....	67
----------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	71
---	----

10.2 Plan de costos de producción.....	71
--	----

10.3 Plan de costos de reproducción.....	71
--	----

10.4 Plan de costos de distribución.....	71
--	----

10.4 Margen de utilidad.....	72
------------------------------	----

10.5 IVA.....	72
---------------	----

10.6 Cuadro de resumen.....	72
-----------------------------	----

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	73
------------------------	----

11.2 Recomendaciones.....	74
---------------------------	----

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos.....75

Capítulo XIII: Referencias.....76

Capítulo XIV: Anexos.....79



CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

x



x

x



Capítulo I: Introducción

El Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.– es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos plásticos dentro de Guatemala, creada con el propósito de llevar productos y servicios de la mejor calidad y cumplir con las diferentes necesidades de sus clientes, con el compromiso y responsabilidad de cada uno de sus trabajadores. Sin embargo, no cuenta con material audiovisual para darse a conocer con sus clientes, por medio de redes sociales, por lo que demanda una estrategia de comunicación y diseño que conlleve la acción de producir dicho material con los detalles necesarios que facilitará dar a conocer los productos de uso agrícola a todos los usuarios de las redes sociales Facebook e Instagram.

Para poner en marcha el proyecto, se recopilará toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A, a través de una ficha técnica del cliente, se definirá el grupo objetivo y después se investigarán las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual.

Finalmente, se editarán las escenas del audiovisual, por medio de programas profesionales como Adobe Premiere con el objetivo de producir un material para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–



CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA

x

x

x

Capítulo II: Problemática

El Comercial Centro Plástico S.A es una distribuidora de productos de uso agrícola a nivel nacional, sin embargo, no cuenta con material audiovisual para dar a conocer a sus clientes, por medio de redes sociales, la venta de productos agrícolas que ofrece. Lo anterior dificulta que los consumidores finales conozcan de manera interactiva dichos productos con los que cuentan.

2.1 Contexto

Comceplast S.A. es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos plásticos dentro de Guatemala, creada con el propósito de llevar productos y servicios de la mejor calidad y cumplir con las diferentes necesidades de sus clientes, con el compromiso y responsabilidad de cada uno de sus trabajadores.

Entre los productos que distribuye el Comercial Centro Plástico S. A se encuentra el nylon, lazo, escobas, sillas, mesas, productos de uso agrícola, entre otros, por lo que demanda una estrategia de comunicación y diseño que conlleva la acción de producir un material audiovisual con los detalles necesarios que facilitará dar a conocer los productos de uso agrícola a todos los usuarios de las redes sociales Facebook e Instagram.

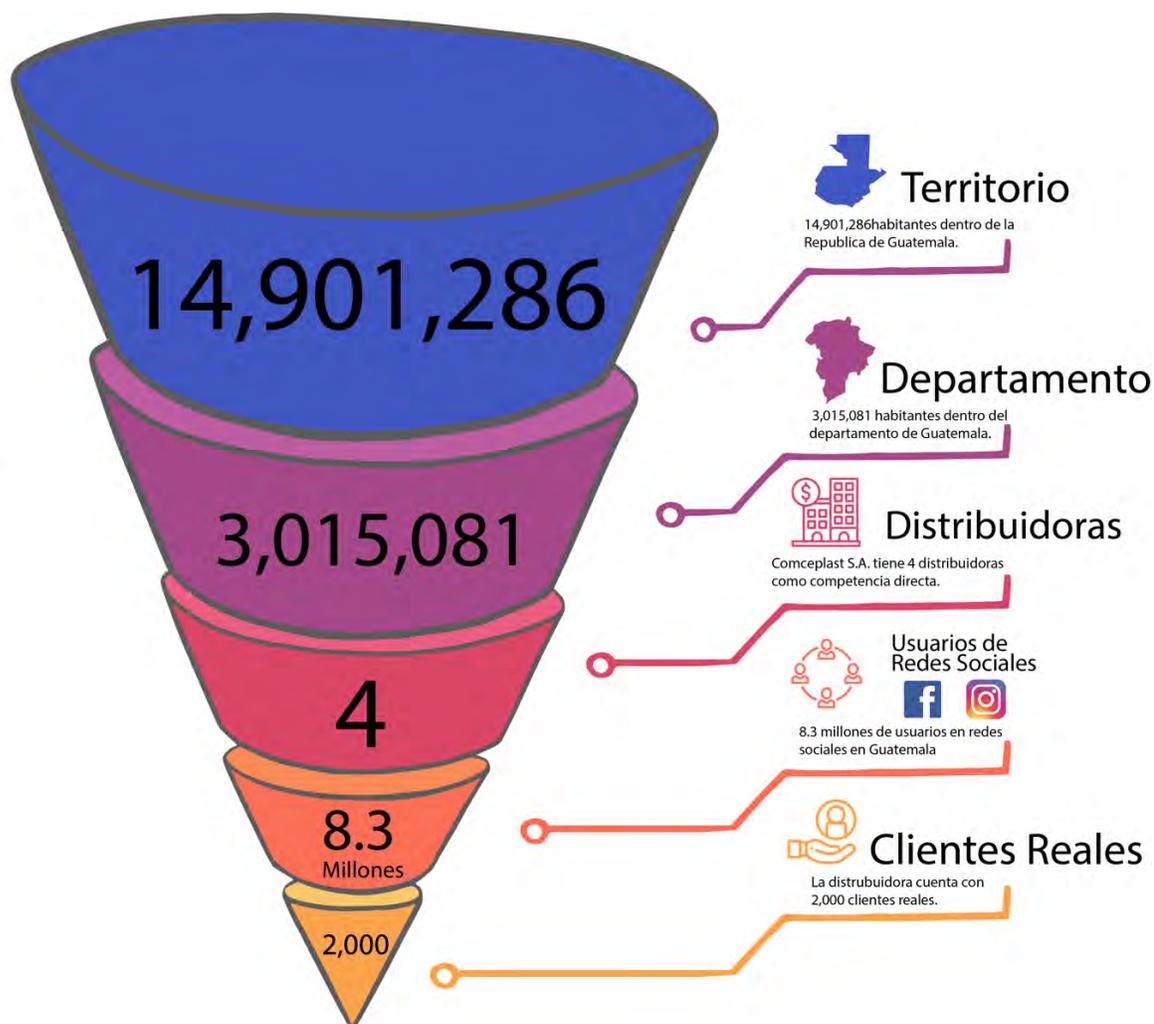
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Comercial Centro Plástico S.A no cuenta con un audiovisual para dar a conocer a través de redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye.

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:

2.3.1. Magnitud.



Ver anexo A: Gráfica de magnitud

El territorio de la República de Guatemala cuenta con 14,901,286 de habitantes, en los que 3,015,081 son habitantes del departamento de Guatemala, según el Instituto Nacional de Estadística guatemalteca INE.

En Guatemala existen 4 distribuidoras que se dedican a distribuir productos para la agricultura. Actualmente existen 8.3 millones de usuarios en ambas redes, Facebook 7 millones e Instagram 1.3 millones. En redes sociales hay un posible aumento de clientes para Comceplast S.A.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si Comceplast no produce un material audiovisual en redes sociales, no facilitará a sus clientes el conocimiento de los productos de uso agrícola que comercializan y perderá la oportunidad de tener crecimiento en redes sociales y atraer nuevos clientes.

2.3.3. Trascendencia. Al crear una producción audiovisual que dé a conocer los productos agrícolas que distribuye el Comercial Centro Plástico S.A, podrá generar nuevos clientes por medio de redes sociales Facebook e Instagram y fidelizar los clientes reales. Por ese medio, estará resaltando el factor de diferenciación de la competencia, el uso de estos artículos en toda el área agrícola.

2.3.4. Factibilidad. El presente proyecto es factible, ya que el Comceplast S.A cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para la producción, reproducción e implementación de este.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Comceplast S.A. cuenta con el personal adecuado y capacitado para transmitir los conocimientos y experiencias para llevar a cabo la producción audiovisual.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La Gerente General de la distribuidora autoriza al personal para brindar toda la información necesaria al diseñador comunicador para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. El Comercial Centro Plástico S.A posee todos los recursos necesarios para el desarrollo, la producción e implementación del proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. El estudiante cuenta con el equipo, el conocimiento y las herramientas necesarias para elaborar el proyecto de graduación.



CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO

x

x

x

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Producir un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima – Comceplast S.A.–

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A a través de la información brindada por el cliente en su ficha técnica –brief– para tener el conocimiento de cómo debe ir ubicado cada producto en la producción audiovisual y que sea aplicable al grupo objetivo.

3.2.2 Investigar por medio de referencias bibliográficas las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales, para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual.

3.2.3 Editar las escenas, por medio de programas como Adobe Premiere, para obtener todo el material audiovisual que aparece en el guión literario.



CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA

x

x

x

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1 Ficha técnica del cliente –Brief–.

4.1.1.1 Nombre de la empresa. Comercial Centro Plástico S.A –Comceplast–

4.1.1.2 Dirección. 11 calle 13-46, zona 17 Colonia Lomas del Norte, Guatemala

4.1.1.3 Correo electrónico. comceplast@gmail.com

4.1.1.4 Tel. 2256- 19031

4.1.1.5 Contacto. Ana Cecilia Colindres

4.1.1.6 Celular. 4530-0460

4.1.1.7 Antecedentes. Comceplast S.A. es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos plásticos dentro del país, tales como nylon, lazo, escobas, sillas, mesas, productos para agricultura, entre otros.

4.1.1.8 Oportunidad identificada. Generar mayor interacción en las redes sociales de Comceplast S.A.

4.1.1.9 Misión. Somos una empresa que se dedica a la distribución de productos plásticos y de uso agrícola de la mejor calidad, que cubren las necesidades de nuestros clientes manteniendo una relación continua y duradera.

4.1.1.10 Visión. Buscamos innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, al cumplir así con las diferentes necesidades de nuestros clientes y extender la venta de nuestros productos al mercado centroamericano, con el compromiso y responsabilidad de cada uno de los trabajadores. Mejorar cada día para el crecimiento de la empresa.

4.1.1.11 Delimitación geográfica. República de Guatemala.

4.1.1.12 Grupo objetivo. Propietarios de negocios de productos plásticos y de uso agrícola.

4.1.1.13 Principal beneficio al grupo objetivo. Variedad de productos para uso agrícola.

4.1.1.14 Competencia. Variplast, Comercios universales, Corponadi S.A., Sucasa.

4.1.1.15 Posicionamiento. Segundo puesto en el mercado.

4.1.1.16 Factores de diferenciación. Variedad de productos con mejores precios y calidad.

4.1.1.17 Objetivo de mercadeo. Ser una empresa líder en el mercado del plástico.

4.1.1.18 Objetivo de comunicación. Demostrar una buena relación, tanto colaboradores, clientes y medio ambiente.

4.1.1.19 Mensajes claves a comunicar. Productos que mejoran el crecimiento agrícola.

4.1.1.20 Estrategia de comunicación. Informar por medio de redes sociales acerca de la empresa y de los productos.

4.1.1.21 Reto de diseño y trascendencia. Aplicar tendencias creativas en la producción audiovisual.

4.1.1.22 Material a realizar. Un audiovisual para redes sociales.

4.1.2 Datos del logotipo

4.1.2.1 Colores.

Colores:



R 49 G 144 B 61
C80 M18 Y96 K4
#31903D



R 255 G 255 B 255
C0 M0 Y0 K0
#FFFFFF

4.1.2.2 Tipografía.

Tipografía

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890!"#\$%&/()=?:_,-{'+|

Times new Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890!"#\$%&/()=?:_,-{'+|

4.1.2.4 Logotipo.

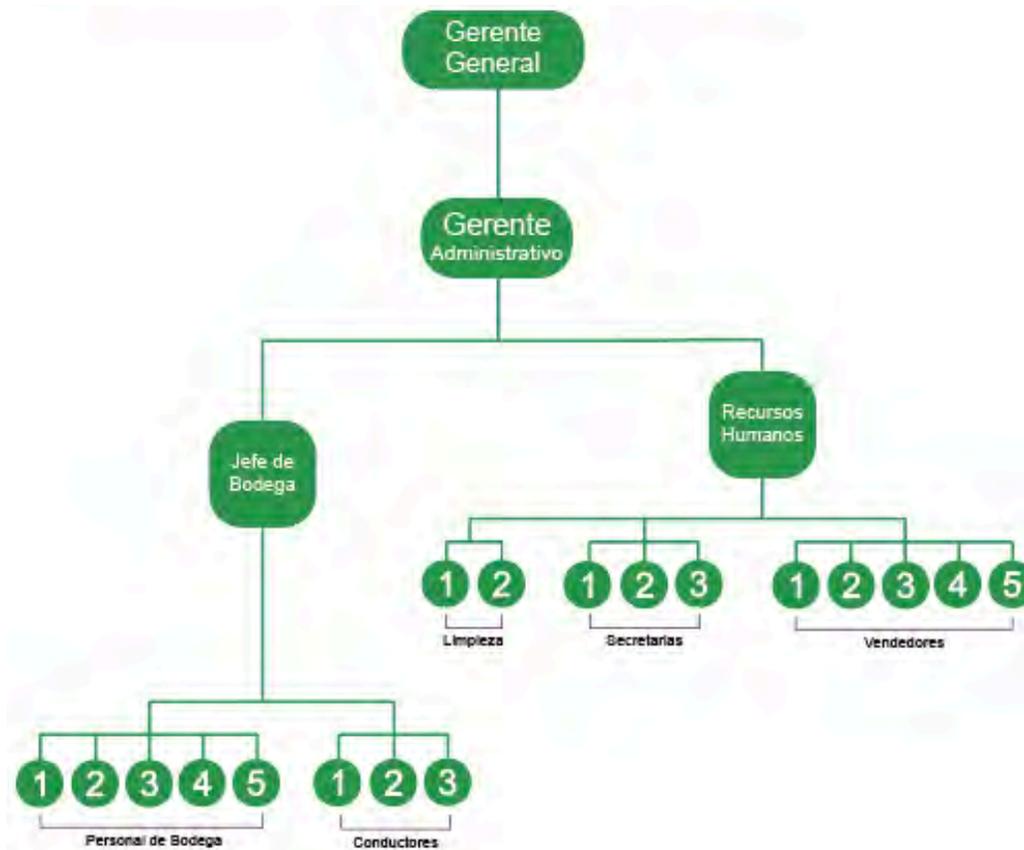


Ver anexo B: Ficha técnica del cliente

4.2 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos y marcas, para competir con los precios. • Agentes de venta en todos los departamentos. • Crédito hasta de 45 días después de comprar el producto. • Buena atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser líder en el mercado nacional • Exportar productos a Centroamérica. • Producir el producto. • Aumentar la variedad de productos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta distribución en varios departamentos • No produce su propio producto. • Poco personal administrativo. • Poca información en internet acerca de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que se apruebe la ley de prohibición del plástico. • Que los proveedores aumenten sus precios. • Crisis económica • Mercados saturados.

4.3 Organigrama de Conceplast S.A.



CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

x



x

x



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo del presente proyecto está conformado por hombres y mujeres entre 35 a 45 años, de nivel socioeconómico C2, C3 y D1, que residen en la República de Guatemala y son propietarios de negocios que distribuyen productos de uso agrícola.

5.1 Perfil geográfico

Guatemala está situado en América Central en el extremo noroccidental. Su cultura latinoamericana cuenta con parte de la cultura maya y cultura castellana. Guatemala es el país más poblado de América Central con 14,901,286 de habitantes, según el censo realizado en el año 2018.

A pesar de su pequeña extensión territorial de 108,888 km², cuenta con gran variedad de climas, por su terreno montañoso que va desde nivel del mar hasta los 4,220 metros sobre ese nivel. Su densidad poblacional es de 159 habitantes por km².

Guatemala cuenta con 22 departamentos dentro de su territorio. Es un país pluricultural y multilingüe. Por lo que hay 22 idiomas mayas, un xinca , un garífuna, y el oficial es el español.

5.2 Perfil demográfico

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1
Ingresos	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00
Educación	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa
Educación de hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en universidades privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en universidade estatal	Hijos en escuela
Desempeño	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente
Vivienda	Casa rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala
Personal de servicios	Por día, eventual	Eventual	
Servicios financieros	1 cuenta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cuenta Q ahorro, TC local	Cuenta Q ahorro
Posesiones	Auto compacto de 4- 5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo
Bienes de comodidad	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio

Ver anexo C: Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex

5.3 Perfil psicográfico

Son personas íntegras y emprendedoras, que están muy unidas a su familia y se basan en sus valores humanos. Disfrutan de la naturaleza y los animales domésticos. Son empáticos y responsables en su trabajo. En sus tiempos libres disfrutan del deporte, como el ciclismo o las maratones.

5.4 Perfil conductual

La actitud del grupo objetivo hacia el producto es positiva, son personas constantes en la compra. Buscan la calidad de los productos para quedar bien con sus clientes. Su tasa de uso es frecuente. La fidelidad es media, pueden cambiar de distribuidor por mejores clientes. Los usuarios están dispuestos a comprar.



CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO

x

x

x

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Distribuidora. Según el diccionario de la Real Academia Española, es una empresa dedicada a la distribución de productos comerciales. Global Negotiator detalla que una distribuidora cuenta con productos de distintos proveedores que vende a clientes finales o bien a detallistas. (Global Negotiator, 2020)

6.1.2 Venta de producto. Es el contrato a través del que se transfiere un producto propio a un dominio ajeno por el precio establecido. Las ventas son una de las profesiones más antiguas del mundo, incluso antes de la moneda, y se conoce como trueque. (RDStation, 2020)

6.1.3 Productos plásticos. Son aquellos compuestos por resinas, proteínas y otras sustancias. El polietileno de baja densidad se encuentra en nailon, bolsas para almacigo, plástico para envolver. Este plástico puede ser reciclado. (Pascual, 2020)

6.1.4 Agricultura. Es el conjunto de técnicas y actividades destinadas a cultivar la tierra, con fines de obtener alimentos de origen vegetal como: Cereales, frutas, hortalizas, pastos y otros cultivos energéticos. (Alonso, 2020)

6.1.5 Agricultor. Según la Real Academia Española un agricultor es la persona que se dedica a cultivar o labrar la tierra. Ellos proporcionan los alimentos que la tierra extraen. (Real Academia Española, 2020)

6.1.6 Almacigo. Son recipientes utilizados para depositar las semillas como previo a su cultivo en huertos o jardines. (Navarro, 2020)

6.1.7 Nailon. Es un tipo de polímero sintético descubierto en 1933, presenta propiedades físicas muy particulares, sobre todo en materia de resistencia, elasticidad y transparencia. También resultó útil para fabricar materiales duros como cepillos o peines, hoy en día es un material altamente demandado. (Raffino, 2020)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor. Según Idalberto Chiavenato *“es el proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe”* (Chiavenato, 2006)

6.2.1.2 Emisor. Se define como el sujeto que comparte la información del mensaje.

6.2.1.3 Receptor. Es el individuo encargado de recibir el mensaje que transmite el receptor.

6.2.1.4 Mensaje. Se entiende como la información que se pretende comunicar entre el emisor y el receptor.

6.2.1.5 Contexto. Se determina así al entorno que rodea al emisor y receptor, el ambiente donde se realiza el intercambio de información.

6.2.1.6 Código. Son los signos utilizados que al combinarlos estructuran el mensaje.

6.2.1.7 Canal. Es el medio por el cual es transmitido el mensaje. La información siempre debe viajar por un canal donde este sea emitido.

6.2.1.8 Ruido. Es cualquier señal que interfiera la transmisión del mensaje hacia el receptor. (Torres, 2020)

6.2.1.9 Comunicación verbal. Se caracteriza por el uso de palabras en la interacción entre emisor y receptor, el tono de voz es determinante en este tipo de comunicación.

6.2.1.10 Comunicación no verbal. Es la que se transmite a través de movimientos corporales, la postura y la distancia corporal entre emisor y receptor.

6.2.1.11 Comunicación masiva. Se logra con un único emisor y el mensaje llega a una gran audiencia.

6.2.1.12 Comunicación auditiva. El mensaje es percibido a través del oído.

6.2.1.13 Comunicación visual. Los mensajes son recibidos a través de la vista.

6.2.1.14 Comunicación virtual o digital. Esa comunicación se produce por todos los medios conectados a internet.

6.2.1.15 Comunicación cinematográfica. Se produce por medio de la gran pantalla, son producciones cinematográficas, largometrajes y cortometrajes.

6.2.1.16 Comunicación publicitaria. Se da a conocer una marca o un producto, segmentando un determinado público.

6.2.1.17 Comunicación organizacional. Esto ocurre dentro de las empresas hacia afuera.
(Irusta, 2020)

6.2.1.18 Comunicación corporativa. Es la transmisión de mensajes por parte de una organización a su público por medio de un canal. Sirve para expresar los valores y objetivos principales de la compañía y toda información relevante de esta. (Isolated, 2020)

6.2.1.18 Identidad corporativa. Es el conjunto de características, creencias y valores con las que una empresa se identifica, se diferencian del resto de compañías. Le da personalidad a la marca, la hace única y diferente al resto. (Gallegos, 2020)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño es el proceso destinado a proyectar, seleccionar y organizar estéticamente un conjunto de elementos visuales, destinados a comunicar mensajes específicos a determinados grupos. (Porto, 2020)

6.2.2.2 Elementos de diseño. Son aspectos fundamentales para crear composiciones visuales. Están relacionados con los significados y la cultura, son interpretados y reproducidos en las artes finales.

6.2.2.2.1 Color. Isaac Newton es reconocido por crear el primer círculo cromático en 1706. En la actualidad está conformado por tres colores primarios, rojo azul y amarillo, que se pueden mezclar para crear los secundarios e intermedios. En la actualidad ha cambiado esta teoría, pero sigue siendo una herramienta indispensable para la combinación de estos.

6.2.2.2.2 Línea. Son una sucesión de puntos ordenados, que pueden generar movimientos visuales que reflejen la intención del diseñador. Las líneas no son únicamente guías al comenzar un proyecto, sino que puede verse reflejado en una composición final.

6.2.2.2.3 Escala. Es fundamental en el diseño, crea jerarquías en las composiciones. Guía la vista del espectador desde los elementos principales, los secundarios hasta los complementarios.

6.2.2.2.4 Forma. Las formas básicas se definen por tener sus proporciones definidas y de ellas se pueden crear más objetos si se combinan. Las formas orgánicas tienen los bordes menos detallados, incluyen formas onduladas que no se adaptan a ninguna categoría real.

6.2.2.2.5 Alineación. Genera equilibrio y orden dentro de un proyecto, por lo que es necesaria no solo para la tipografía, sino que para aplicarla con cualquier elemento.

6.2.2.2.6 Contraste. Se utiliza para crear una atracción visual a determinados elementos, Sin contraste no existe la jerarquía de los elementos.

6.2.2.2.7 Espacio. Son los espacios sin elementos dentro del lienzo, esto genera limpieza en la composición y le da un orden visual. (Villalobos, 2020)

6.2.2.3 Etapas de la producción audiovisual

6.2.2.3.1 Preproducción. Es la fase previa al rodaje. Se trabaja el guion literario de la producción, se crea el plan de rodaje, las localizaciones elegidas y se genera el guion técnico.

6.2.2.3.2 Producción. Se comienza con el rodaje de la película. Se lleva a la práctica todos los movimientos y decisiones tomadas en la preproducción, se coordina con camarógrafos, asistentes de sonido y el director.

6.2.2.3.3 Postproducción. Es la etapa final donde se recopila todo el material grabado en la producción, para así obtener el audiovisual como resultado final. El editor y el director eligen las tomas correctas y se edita el material obtenido. (Pérez, 2020)

6.2.2.4 Guión literario. Es un documento que contiene la narración de la película, que será filmada en la producción. Se especifican los diálogos y las acciones de cada personaje, se coloca la información de cada escenario.

6.2.2.5 Guión técnico. Es la descripción de los planos cinematográficos de las escenas establecidas en el guión literario. Se planifica el encuadre, la iluminación, las angulaciones y los movimientos de cámara, de cada una de las escenas. (Sánchez, 2020)

6.2.2.6 Guión gráfico. Es un conjunto de bocetos que representan de manera gráfica las secuencias de una historia. Se debe realizar para cada producción para que la historia pueda ser ejemplificada y entendida para los actores, camarógrafos y el director. (Escuela Superior de Diseño de Barcelona, 2020)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia que se encarga del estudio de los signos que transcurre en la vida social, se incluyen las expresiones lingüísticas. De este modo la semántica forma parte de la semiología. Según Ferdinand de Saussure, un signo está formado por un significante y un significado, que es la idea principal de una palabra. (Porto J. , 2020)

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Es la ciencia que estudia los signos: Lenguas, señales o códigos. La imagen es lo que se expone en la superficie, y como se interpreta, si es por la forma de ser o la forma de pensar.

6.3.1.3 Sociología. Es una de las ciencias sociales que estudia al ser humano en relación a su comportamiento dentro de la sociedad. Ya que el ser humano es un ser de comunidades por naturaleza, es necesario que se analice su condición e intenciones sociales. (Giner, 2004)

6.3.1.4 Psicología. Estudia el comportamiento del ser humano en diferentes situaciones, así como también el desarrollo de la mente, sus aspectos biológicos, sociales y culturales.

Analiza directamente a los individuos en cómo se sienten, piensan y sus gustos hacia algún campo determinado. (Ucha, 2020)

6.3.1.5 Psicología de la comunicación. Es un área de psicología social que estudia la conducta de las interrelaciones con la sociedad, cómo transmiten sus ideas y datos, conceptos. Analiza los procesos en la actividad de la comunicación desde cómo el emisor envía un mensaje y de qué manera el emisor lo percibe. (Perez, 2020)

6.3.1.6 Tecnología. Es la ciencia que se encarga de la resolución de problemas que pueda tener el ser humano, con un conjunto de conocimientos y habilidades con un objetivo en específico. Permite fabricar, modificar, o implementar objetos para satisfacer alguna necesidad. (Merino, 2020)

6.3.1.7 Cibernética. Estudia los sistemas de control y comunicación impulsados por la computación. Se utiliza para mejorar la comunicación de las personas por su gran expansión de red, con el paso del tiempo esta evoluciona cada vez más, esto crea más posibilidades de realizar acciones nuevas. (Kashiwamoto, 2020)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Cinematografía. Es el arte de capturar imágenes con movimiento y audio por medio de una cámara de video, se relaciona directamente con la fotografía, por sus principios y su creatividad. Tiene un rol importante en la actualidad, por la idea de comunicación que este medio permite. (Raffino, Cinematografía, 2020)

6.3.2.2 Fotografía. Consiste en captar imágenes con el uso de la luz, para proyectar sobre un medio sensible, físico o digital. Estas ya obtenidas se denominan fotografías o fotos y son el resultado de los materiales fotosensibles. (Raffino, Fotografía, 2020)

6.3.2.3 Música. Es el arte de crear sonidos agradables, el ritmo es un componente fundamental para conseguir la musicalidad de los sonidos, y que el ser humano logre combinar su voz con los instrumentos. (Raffino, Música, 2020)

6.3.2.4 Tipografía. Se define como el arte de escribir con el uso de diferentes diseños de letras y caligrafía. Como objetivo principal es resaltar los titulares o cuerpos de texto dentro de una composición. (Adrián, 2020)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es un conjunto de reglas que rigen la mezcla de los colores, así se consiguen los efectos deseados, mediante la combinación de pigmentos. El círculo cromático es importante, ya que ordena los tonos y sus variaciones. También los que son opuestos o como se degradan. Cada tono puede variar por el matiz, la luminosidad o la saturación, al cambiar estos aspectos creará nuevos resultados. (Raffino, Teoría del color, 2020)

6.3.3.2 Teoría Gestalt. Se basa en que el ser humano organiza sus percepciones como totalidades. El cerebro ordena y les da forma a las escenas, que ciertos vértices pasen de eso a ser un conjunto y convertirse en un cuadrado. Existen leyes de la Gestalt, entre las más importantes están: Ley de la proximidad, ley de la continuidad, ley de la figura fondo, ley de la semejanza o igualdad y ley de la tendencia al cierre. (Lorella, 2020)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Cámara rápida. Se trata de realizar fotografías con un intervalo de tiempo determinado entre una y otra. Para conseguir como resultado una transición de tiempo más

pequeña de lo que realmente es. Es utilizada generalmente para los atardeceres, o en las grandes ciudades cuando las personas caminan. (Procopovich, 2020)

6.3.4.2 Profundidad de campo baja. Es la distancia que existe por delante o por detrás del punto enfocado dentro de escena, Se utiliza para priorizar el sujeto u objeto enfocado como primer plano, difuminando el segundo plano. (The webfoto, 2020)

6.3.4.3 Gimbal. Es una plataforma motorizada que se controla mediante una placa de sensores. Su objetivo principal es estabilizar el video, esto permitirá crear tomas profesionales. (Ferreño, 2020)

6.3.4.4 Fuentes de contorno. Esta tendencia tipográfica es la combinación de fuentes con relleno y fuentes únicamente con contornos, para darle énfasis a ciertas palabras sin cambiar de tamaños o fuentes. (Creativo News, 2020)

6.3.4.5 Narración. Es el arte de contar historias. Las personas son más sentimentales, por lo que, si les cuentan una historia motivadora o triste, ellos recordarán más esa información. Actualmente se utiliza en el marketing digital, se crean audiovisuales en las diferentes redes sociales. (Vieira, 2020)

6.3.4. Tendencias 2020.





CAPÍTULO VII:
**PROCESO DE DISEÑO
Y PROPUESTA
PRELIMINAR**

x

x

x

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. Se utilizará para dar a conocer la información fundamental de Comceplast S.A., que transfiera por medio de mensajes visuales al grupo objetivo.

7.1.2 Comunicación visual. Por medio de un video con imágenes se transmitirán mensajes en medios digitales como tablets, computadoras y teléfonos móviles, se trasladará toda la información de la empresa.

Se utilizará un material audiovisual que servirá como plataforma para expandir el mercado de la empresa en la república de Guatemala.

7.1.3 Comunicación corporativa. El principal objetivo de su utilización en este proyecto es que la producción del audiovisual dé a conocer la imagen corporativa de la empresa Comceplast S.A. Se mostrará los colores corporativos, se resaltará los objetivos y su ventaja competitiva.

7.1.4 Comunicación digital. La producción audiovisual se difundirá por medio de redes sociales, Facebook e Instagram, para mejorar la fan page de la empresa Comceplast S.A. y con ello lograr que los clientes reales y potenciales se informen sobre los productos y las promociones.

7.1.5 Diseño. Se hará uso de los principios del diseño gráfico, para seguir con los elementos y línea gráfica de la empresa, y poder utilizar todos los lineamientos establecidos por el cliente.

7.1.6 Elementos de diseño. Será fundamental para reforzar la atención del espectador, con el uso de colores, formas, líneas y colocarlo todo en el espacio y con equilibrio.

7.1.7 Producción audiovisual. Las tres etapas de la producción serán necesarias para planificar el objetivo de esta, y con ello realizar una grabación efectiva. En la postproducción se colocarán todos los elementos que acompañen a la idea principal para tener como resultado un material completo.

7.1.8 Semiología de la imagen. Las imágenes transmiten mensajes visuales, y estos deberán cumplir sus objetivos y utilizar la comunicación no verbal, con gestos, señales, símbolos y códigos.

7.1.9 Sociología. El contenido será para la república de Guatemala, por ser un país multicultural, es necesario tomar los datos específicos de cada cultura, etnia y región. Con esto se logrará que las comunidades se sientan identificadas con estos elementos y que contenga la mayor parte de información.

7.1.10 Cámara rápida. Se realizará una secuencia de tiempo que represente los principales lugares en los que se distribuye el producto de Comceplast S.A.

7.1.11 Profundidad de campo baja. Es necesario dirigir la vista a los productos o los valores de la empresa, por ello se priorizará el enfoque del primer plano, así mismo se desenfocará el resto.

7.1.12 Narración. Se contarán historias y dar el enfoque a los sentimientos, esta técnica será efectiva para llamar la atención al espectador y así captar la mayor parte de la información.

7.1.13 Tablero con la información del marco teórico.

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

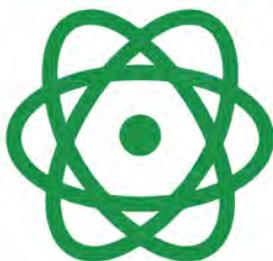
Comunicación corporativa. El principal objetivo de su utilización en este proyecto es que la producción del audiovisual de a conocer la imagen corporativa de la empresa Comceplast S.A. Se mostrará los colores corporativos, se resaltarán los objetivos y su ventaja competitiva.

DISEÑO

Se hará uso de los principios del diseño gráfico, para seguir con los elementos y línea gráfica de la empresa, y poder utilizar todos los lineamientos establecidos por el cliente.



CIENCIAS



SEMIOLÓGÍA DE LA IMAGEN

La imagen ira acompañado de elementos, y estos deberán cumplir sus objetivos y utilizar la comunicación no verbal, con gestos, señales, símbolos y códigos.

SOCIOLOGÍA

El contenido abarca toda la república de Guatemala, por se un país multicultural, es necesario tomar los datos específicos de cada cultura, etnia y región. Con esto se logrará que las personas se sientan identificadas con estos elementos y que se contenga la mayor parte de información.

CÁMARA RÁPIDA

Se realizará una secuencia de tiempo, que represente los principales lugares en los que se distribuye el producto de Comceplast S.A.

PROFUNDIDAD DE CAMPO BAJA

Es necesario dirigir la vista a los productos o los valores de la empresa, por ello se priorizará el enfoque del primer plano, así mismo se desenfocará el resto.

NARRACIÓN

Se aplicará contar historias y darle el enfoque a los sentimientos es una técnica efectiva para llamar a atención al espectador y así captar la mayor parte de la información.

TENDENCIAS

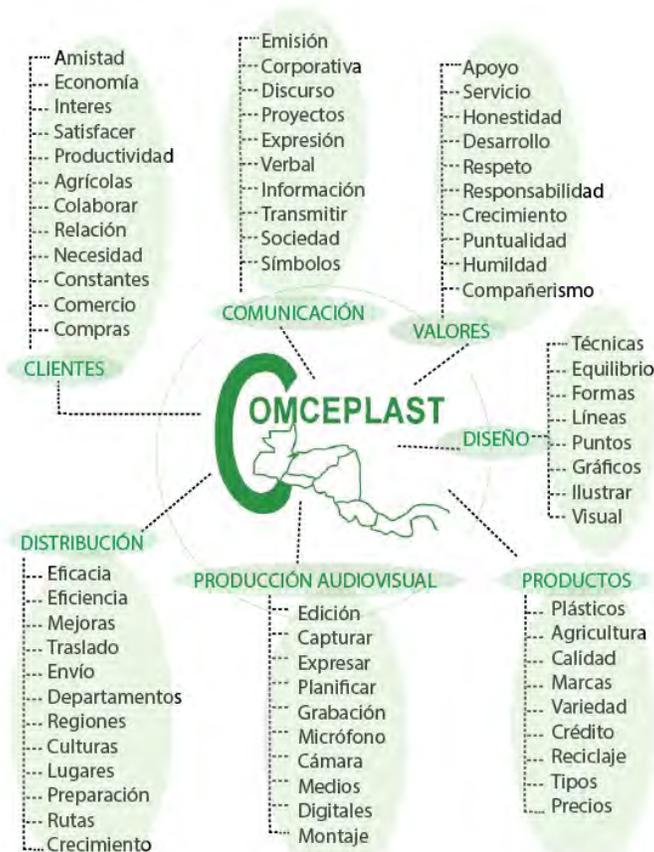


Ver anexo E: Tablero con la información del marco teórico

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. Se utilizará el método mapa mental, que es una gráfica que representa los conceptos que se relacionan, se parte de una idea principal. Fue creado por Tony Buzan en 1974, en su libro Use Your Head. El tema principal se coloca al centro de la gráfica y alrededor las ideas secundarias, y seguido de las terciarias. Se puede utilizar líneas, puntos, formas y todos los elementos necesarios para facilitar la comprensión de los conceptos colocados. El mapa mental ayuda a generar ideas o conceptos completos partiendo desde el centro hacia los extremos, y con ello se logra gran cantidad de variaciones en los conceptos.

7.2.1.1 Gráfica de aplicación.



7.2.2 Definición del concepto.

Propuestas de frases:

1. Plásticos que satisfacen el desarrollo del país.
2. Productos que mejoran el crecimiento agrícola.
3. Llevamos la dedicación hasta la puerta de tu negocio.

Con base al método utilizado se obtuvo la frase: **“Productos que mejoran el crecimiento agrícola”**, ya que los productos líderes de Comceplast S.A. son de uso agrícola en todo el país. Con el audiovisual se quiere conseguir que las personas visualicen todas las labores que se pueden utilizar en el campo. Al mencionar la palabra “mejoran”, se hace referencia a la distribución de estos como parte de un excelente servicio.

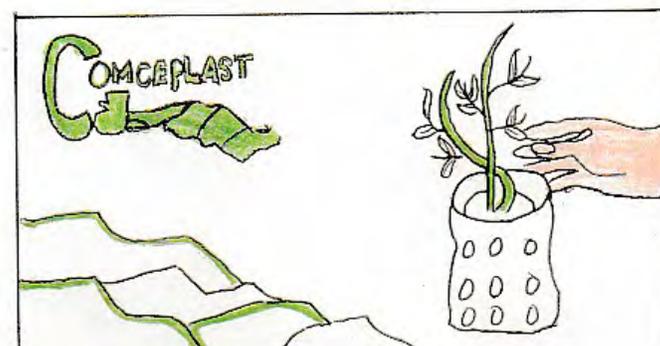
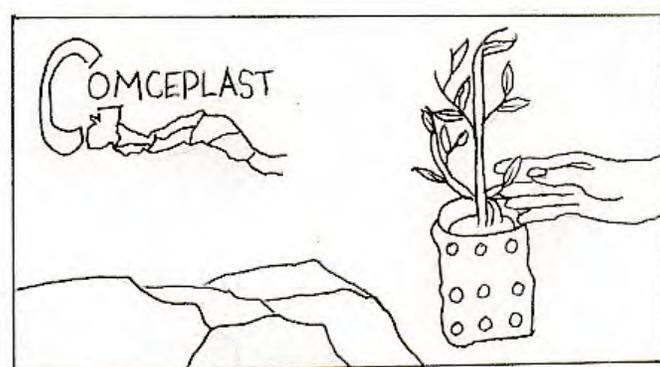
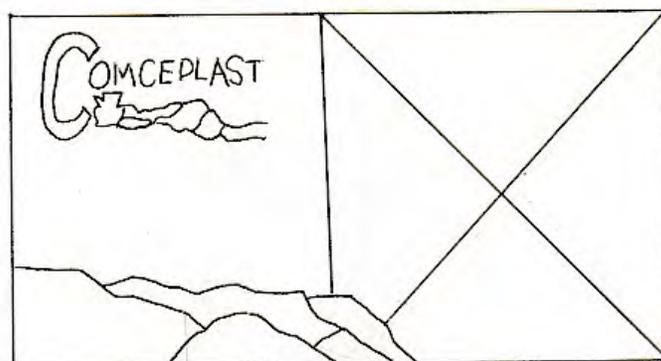
7.3 Bocetaje

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Ordenar los elementos para la creación del material audiovisual.	Bocetaje	Limpieza
Guión gráfico	Tener una base ordenada de las escenas que se realizarán.	Pre producción audiovisual	Recorrido
Figura	Transmitir de forma simple la información del audiovisual.	Ilustrador After effects	fluidez
Color	Dar a conocer la identidad de Comceplast S.A. y la cultura guatemalteca.	Premiere Illustrator	Tranquilidad
Audio	Emitir sonidos agradables al oído del espectador.	Adobe Audition	Armonía
Video	Crear un material atractivo para el grupo objetivo.	Premiere After Effects	Identificación
Tipografía	Brindar información relevante en el material audiovisual.	Premiere	Importancia

Ver anexo F: Tabla de requisitos de bocetaje

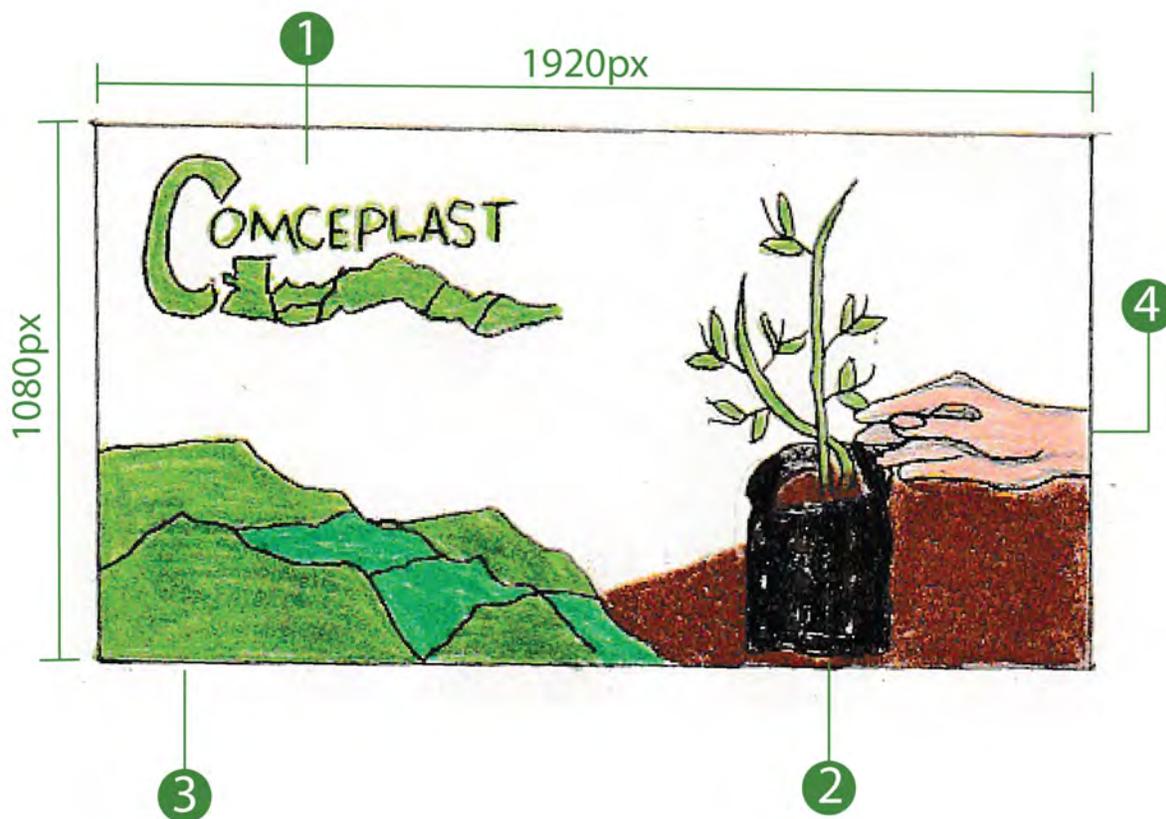
7.3.1. Proceso de bocetaje.

7.3.1.1 Anuncio propuesta A: Productos de calidad.



7.3.1. Proceso de bocetaje.

7.3.1.1 Anuncio propuesta A: Productos de calidad.

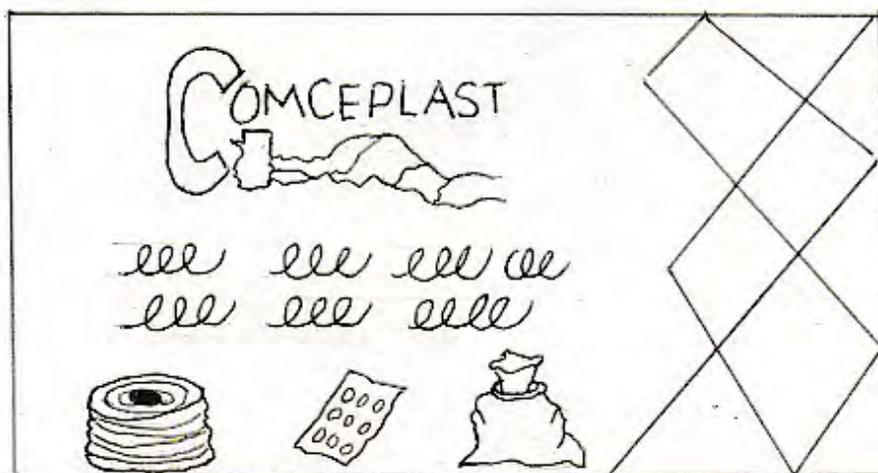
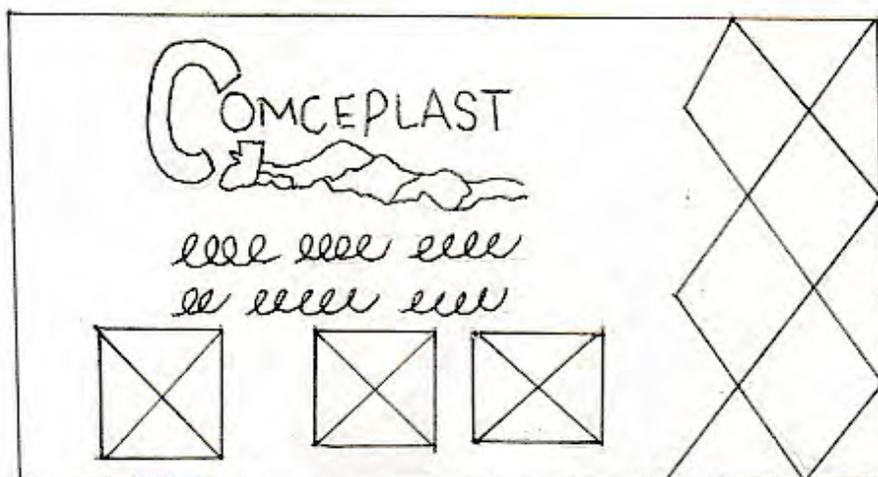


Identificación de elementos:

1. Logo de Comceplast S.A.
2. Fotografía del producto a promocionar.
3. Trazos que simulan el terreno montañoso de Guatemala.
4. La mano tiene un significado denotativo.

Descripción: Se utilizará un formato de video de alta calidad, para que se pueda visualizar en cualquier dispositivo. Se hará uso de formas que representan las montañas de Guatemala, para que los clientes se sientan identificados con la marca. Se colocará un mensaje denotativo que exprese que el producto está al alcance de todos.

7.3.1.1 Anuncio propuesta B: Productos de calidad.



7.3.1. Proceso de bocetaje.

7.3.1.1 Anuncio propuesta B: Productos de calidad.



Identificación de elementos:

1. Logo de Comceplast S.A.
2. Colores institucionales en el diseño.
3. Fotografías de los productos más vendidos.
4. Diseño de rombos, en representación a un diseño típico de Guatemala.

Descripción: Se hará uso de un formato de alta calidad de video. El diseño típico es representación a todos los pueblos indígenas de Guatemala, ya que ellos son los principales clientes de Comceplast S.A. Se presentará la mayoría de los elementos de forma gráfica y menos texto.

7.3.1.1 Anuncio: Productos de calidad.

Sinopsis. El anuncio describe el traslado del producto desde Comceplast S.A. hasta el cliente y muestra los lugares a donde el producto llega. También muestra la labor de los agricultores, y cómo les facilita el trabajo el producto brindado por Comceplast S.A.

Guión literario.

Escena 1: Entra a escena un trabajador de Comceplast S.A. caminando con el producto.

Narrador: En Comceplast, contamos con 30 años de experiencia y seguimos buscando innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, cumpliendo así con las diferentes necesidades de cada uno de nuestros clientes.

Escena 2: se dirige al camión de carga y deja el producto dentro de este. Narrador: trabajando para mejorar nuestro rendimiento en los pedidos y las entregas.

Escena 3: El camión cargado completamente, se cierran las puertas traseras. Narrador: Así mismo, aseguramos el compromiso y responsabilidad de cada uno de nuestros colaboradores.

Escena 4: se realiza una transición al momento de estar las puertas cerradas, luego aparece en movimiento desde la parte trasera. Narrador: Nos caracterizamos por la rapidez de entrega, cuidando tu producto en todo momento.

Escena 5: El camión en carretera con destino a dejar el producto al cliente. Narrador: Optimizamos nuestro tiempo para llenar tus expectativas y que resulte en una entrega perfecta

Escena 6: el trabajador de Comceplast S.A. entrega el producto en el negocio del cliente. Narrador: Estamos comprometidos a llevar productos de la máxima calidad, hasta la puerta de tu negocio

Escena 7: Se capturan todos los productos exhibidos en el negocio del cliente. Narrador: Nos adaptamos a tus necesidades económicas, por ello, contamos con una gran variedad de productos especiales.

Guión literario.

Escena 8: El vendedor de Comceplast le da la mano al cliente en señal de amistad y satisfacción. Narrador: para la agricultura con diferentes precios.

Escena 9: animación de mapa de Guatemala con todas las rutas a las que llega el producto de Comceplast S.A. Narrador: Llegamos hasta cada rincón de Guatemala

Escena 10: Cámara rápida en parque central de Huehuetenango. Narrador: porque sabemos que los guatemaltecos son trabajadores.

Escena 11: Cámara rápida en el parque central de Xela. Narrador: y luchan para alcanzar sus sueños, todo esto nos motiva,

Escena 12: Cámara rápida en el parque central de Guastatoya. Narrador: al ver que hay gente emprendedora y por ello nos comprometemos

Escena 13: Cámara rápida en Panajachel con vistas al lago. Narrador: a apoyar el desarrollo económico del país

Escena 14: Agricultor coloca el producto –bolsa de almacigo– con otros más ya sembrados. Narrador: La Producción Agrícola de Guatemala es el sector productivo con mayor importancia para el país, aporta el 61.5% de las divisas por exportaciones

Escena 15: Se capturan todas las bolsas de almacigo listas para sembrar. Narrador: y alrededor de 1.86 millones de guatemaltecos laboran en el sector agropecuario nacional, por lo que,

Escena 16: agricultor colocando el producto –nailon– en el suelo. Narrador: los productos de Comceplast están presentes desde el primer paso en la producción agrícola, como lo es la plantación del café, el secado y la preparación,

Escena 17: coloca el café para secarlo. Narrador: para que los agricultores logren un producto de calidad.

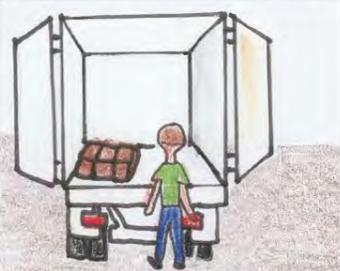
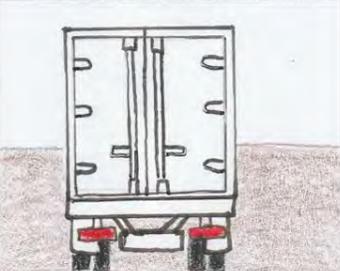
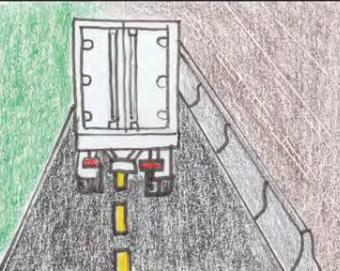
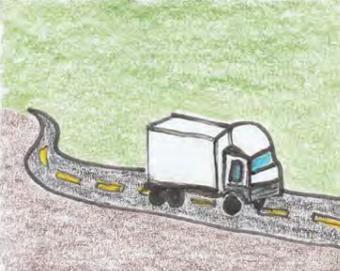
Guión literario.

Escena 18: el agricultor hace un nudo con el lazo. Narrador: Brindamos las herramientas necesarias para facilitar el trabajo

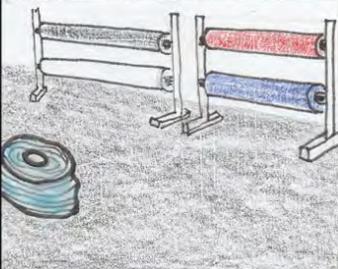
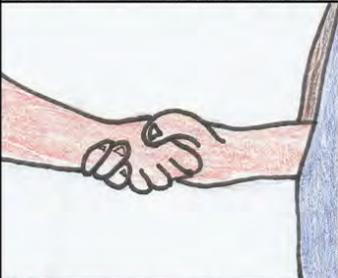
Escena 19: amarra su ganado y sale de escena. Narrador: y juntos poder alcanzar el éxito, gracias a ti todo esto es posible.

Escena 20: Imagen final de las bolsas de almacigo y logo de Comceplast S.A.

Guión gráfico anuncio: Productos de calidad.

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 1 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: En comceptast, contamos con 30 años de experiencia y seguimos buscando innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, cumpliendo así con las diferentes necesidades de cada uno de nuestros clientes.</p>
<p>Escena 2 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: trabajando para mejorar nuestro rendimiento en los pedidos y las entregas.</p>
<p>Escena 3 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Así mismo, aseguramos el compromiso y responsabilidad de cada uno de nuestros colaboradores.</p>
<p>Escena 4 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos caracterizamos por la rapidez de entrega, cuidando tu producto en todo momento.</p>
<p>Escena 5 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Optimizamos nuestro tiempo para llenar tus expectativas y que resulte en una entrega perfecta.</p>

Guión gráfico anuncio: Productos de calidad.

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 6 Interior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Estamos comprometidos a llevar productos de la máxima calidad, hasta la puerta de tu negocio.</p>
<p>Escena 7 Interior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos adaptamos a tus necesidades económicas, por ello, contamos con una gran variedad de productos especiales</p>
<p>Escena 8 Interior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para la agricultura con diferentes precios.</p>
<p>Escena 9 Animación digital Vista cenital</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Llegamos hasta cada rincón de Guatemala.</p>
<p>Escena 10 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: porque sabemos que los guatemaltecos son trabajadores.</p>

Guión gráfico anuncio: Productos de calidad

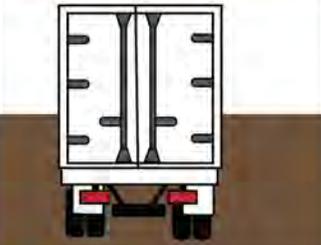
Video	Imagen	Audio
<p>Escena 11 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y luchan para alcanzar sus sueños, todo esto nos motiva,</p>
<p>Escena 12 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: al ver que hay gente emprendedora y por ello nos comprometemos.</p>
<p>Escena 13 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: a apoyar el desarrollo económico del país.</p>
<p>Escena 14 Exterior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: La Producción Agrícola de Guatemala es el sector productivo con mayor importancia para el país, aporta el 61.5% de las divisas por exportaciones</p>
<p>Escena 15 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y alrededor de 1.86 millones de guatemaltecos laboran en el sector agropecuario nacional, por lo que,</p>

Guión gráfico anuncio: Productos de calidad.

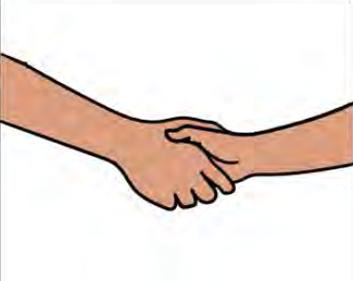
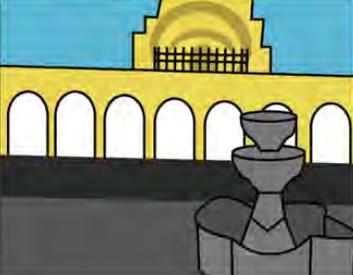
Video	Imagen	Audio
<p>Escena 16 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: los productos de conceplast están presentes desde el primer paso en la producción agrícola, como lo es la plantación del café, el secado y la preparación,</p>
<p>Escena 17 Exterior Día Plano medio</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para que los agricultores logren un producto de calidad.</p>
<p>Escena 18 Exterior Día Plano detalle</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Brindamos las herramientas necesarias para facilitar el trabajo</p>
<p>Escena 19 Exterior Día Plano medio</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y juntos poder alcanzar el éxito, gracias a ti todo esto es posible.</p>
<p>Escena 20 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: off</p>

7.3.2 Digitalización.

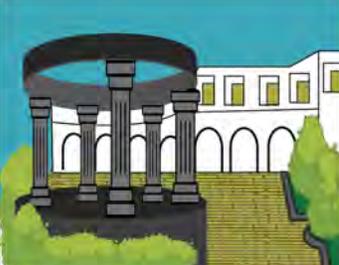
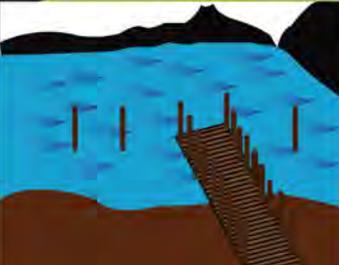
Guión gráfico anuncio: *Productos de calidad.*

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 1 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: En conceplast, contamos con 30 años de experiencia y seguimos buscando innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, cumpliendo así con las diferentes necesidades de cada uno de nuestros clientes.</p>
<p>Escena 2 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: trabajando para mejorar nuestro rendimiento en los pedidos y las entregas.</p>
<p>Escena 3 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Así mismo, aseguramos el compromiso y responsabilidad de cada uno de nuestros colaboradores.</p>
<p>Escena 4 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos caracterizamos por la rapidez de entrega, cuidando tu producto en todo momento.</p>
<p>Escena 5 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Optimizamos nuestro tiempo para llenar tus expectativas y que resulte en una entrega perfecta.</p>

Guión gráfico anuncio: Productos de calidad.

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 6 Interior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Estamos comprometidos a llevar productos de la máxima calidad, hasta la puerta de tu negocio.</p>
<p>Escena 7 Interior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos adaptamos a tus necesidades económicas, por ello, contamos con una gran variedad de productos especiales</p>
<p>Escena 8 Interior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para la agricultura con diferentes precios.</p>
<p>Escena 9 Animación digital Vista cenital</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Llegamos hasta cada rincón de Guatemala.</p>
<p>Escena 10 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: porque sabemos que los guatemaltecos son trabajadores.</p>

Guión gráfico anuncio A: Productos de calidad

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 11 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y luchan para alcanzar sus sueños, todo esto nos motiva,</p>
<p>Escena 12 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: al ver que hay gente emprendedora y por ello nos comprometemos.</p>
<p>Escena 13 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: a apoyar el desarrollo económico del país.</p>
<p>Escena 14 Exterior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: La Producción Agrícola de Guatemala es el sector productivo con mayor importancia para el país, aporta el 61.5% de las divisas por exportaciones</p>
<p>Escena 15 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y alrededor de 1.86 millones de guatemaltecos laboran en el sector agropecuario nacional, por lo que,</p>

Guión gráfico anuncio A: Productos de calidad

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 16 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: los productos de comceplast están presentes desde el primer paso en la producción agrícola, como lo es la plantación del café, el secado y la preparación,</p>
<p>Escena 17 Exterior Día Plano medio</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para que los agricultores logren un producto de calidad.</p>
<p>Escena 18 Exterior Día Plano detalle</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Brindamos las herramientas necesarias para facilitar el trabajo</p>
<p>Escena 19 Exterior Día Plano medio</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y juntos poder alcanzar el éxito, gracias a ti todo esto es posible.</p>
<p>Escena 20 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: off</p>

7.4 Propuesta preliminar

Guión gráfico anuncio A: *Productos de calidad*

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 1 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: En comceplast, contamos con 30 años de experiencia y seguimos buscando innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, cumpliendo así con las diferentes necesidades de cada uno de nuestros clientes.</p>
<p>Escena 2 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: trabajando para mejorar nuestro rendimiento en los pedidos y las entregas.</p>
<p>Escena 3 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Así mismo, aseguramos el compromiso y responsabilidad de cada uno de nuestros colaboradores.</p>
<p>Escena 4 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos caracterizamos por la rapidez de entrega, cuidando tu producto en todo momento.</p>
<p>Escena 5 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Optimizamos nuestro tiempo para llenar tus expectativas y que resulte en una entrega perfecta.</p>

Guión gráfico anuncio A: Productos de calidad

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 6 Interior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Estamos comprometidos a llevar productos de la máxima calidad, hasta la puerta de tu negocio.</p>
<p>Escena 7 Interior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos adaptamos a tus necesidades económicas, por ello, contamos con una gran variedad de productos especiales</p>
<p>Escena 8 Interior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para la agricultura con diferentes precios.</p>
<p>Escena 9 Animación digital Vista cenital</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Llegamos hasta cada rincón de Guatemala.</p>
<p>Escena 10 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: porque sabemos que los guatemaltecos son trabajadores.</p>

Guión gráfico anuncio A: Productos de calidad

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 11 Exterior Día Plano general</p>	 <p>Parque Central de Quezaltenango</p>	<p>Fx: música de fondo Locutor: y luchan para alcanzar sus sueños, todo esto nos motiva,</p>
<p>Escena 12 Exterior Día Plano general</p>	 <p>Parque Central de Guatemala</p>	<p>Fx: música de fondo Locutor: al ver que hay gente emprendedora y por ello nos comprometemos.</p>
<p>Escena 13 Exterior Día Plano general</p>	 <p>Lago de Atitlán</p>	<p>Fx: música de fondo Locutor: a apoyar el desarrollo económico del país.</p>
<p>Escena 14 Exterior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: La Producción Agrícola de Guatemala es el sector productivo con mayor importancia para el país, aporta el 61.5% de las divisas por exportaciones</p>
<p>Escena 15 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y alrededor de 1.86 millones de guatemaltecos laboran en el sector agropecuario nacional, por lo que,</p>

Guión gráfico anuncio A: Productos de calidad

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 16 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: los productos de comceplast están presentes desde el primer paso en la producción agrícola, como lo es la plantación del café, el secado y la preparación,</p>
<p>Escena 17 Exterior Día Plano medio</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para que los agricultores logren un producto de calidad.</p>
<p>Escena 18 Exterior Día Plano detalle</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Brindamos las herramientas necesarias para facilitar el trabajo</p>
<p>Escena 19 Exterior Día Plano medio</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y juntos poder alcanzar el éxito, gracias a ti todo esto es posible.</p>
<p>Escena 20 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: off</p>

Enlace: <https://youtu.be/r5sftR5vcpo>



CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA

x

x

x

Capítulo VIII: Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, Gerente general, Gerente administrativo y Representante de ventas, a dieciocho hombres y mujeres propietarios de negocios de 35 a 45 años. De nivel socioeconómico C2, C3 y D1 y a cuatro expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Población.

Se denomina población, al total de personas que presentan un conjunto de características en común, con la finalidad de realizar un estudio estadístico.

Muestreo.

Es grupo de personas que se toma en cuenta de la población total para analizar los resultados del material presentado. La muestra para este proyecto será 25 personas de los diferentes grupos:

Clientes: tres personas

Reginaldo Colindres, Gerente general,

Ana Colindres, Gerente administrativo

Selvin López, Representante de ventas.

Grupo objetivo: dieciocho personas, hombres y mujeres entre 35 y 45 años. Con nivel socioeconómico C2, C3 y D1.

Expertos: Un productor de medios audiovisuales y tres licenciados en diseño gráfico.

David Antonio Castillo Cobos – Lic. Comunicación y diseño gráfico

Carlos Antonio Jimenez - Lic. Diseño gráfico

Rafael Antonio Gutierrez - Lic. Administración de empresas

Guillermo Garcia - Lic. En publicidad

8.2 Método e instrumento

El método es cualitativo debido a que se hará uso de una entrevista para conocer la percepción del entrevistado ante el material audiovisual, esta se realizará por medio de una video conferencia a través de Zoom con los expertos y se hará de manera presencial con el cliente y el grupo objetivo. En el método cuantitativo se utilizará el instrumento encuesta, que se hará por medio de Google Forms con los expertos y una encuesta física con cliente y al grupo objetivo, dicha encuesta está conformada por 13 preguntas cerradas que se dividen en:

Parte objetiva: Se analizarán, mediante cuatro preguntas, los objetivos establecidos en el presente proyecto, con respuestas dicotómicas de Sí y No.

Parte semiológica: Se verificarán, mediante cuatro preguntas, los elementos gráficos del material audiovisual, con respuestas en escala de Likert de tres opciones.

Parte operativa: Se evaluarán, mediante cinco preguntas, la funcionalidad del conjunto de elementos gráficos que conforman el material audiovisual, con respuestas en escala de Likert de tres opciones.



Género:

Masculino	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
Edad:	<input type="checkbox"/>	Grupo objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
				Años de experiencia:	<input type="text"/>

Encuesta de validación del proyecto

Producción audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima -Comceplast S.A.- Guatemala. Guatemala. 2021

Antecedentes:

Comceplast S.A. es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos plásticos dentro de Guatemala, creada con el propósito de llevar productos y servicios de la mejor calidad y cumplir con las diferentes necesidades de sus clientes, con el compromiso y responsabilidad de cada uno de sus trabajadores.

Entre los productos que distribuye el Comercial Centro Plástico S. A se encuentra el nylon, lazo y productos de uso agrícola, entre otros.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe con atención el material audiovisual y según su criterio marque con una X en los cuadros designados las siguientes preguntas.

Parte objetiva:

1. ¿Considera usted necesario producir un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–?

Sí No

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A. a través de la información brindada por el cliente en el brief, para tener el conocimiento de cómo debe de ir ubicado cada producto en la producción audiovisual y que sea aplicable al grupo objetivo?

Sí No

3. ¿Considera necesario investigar por medio de fuentes bibliográficas las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales, para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual?

Sí No

4. ¿Considera fundamental editar las escenas, por medio de programas como Adobe Premiere, para obtener todo el material audiovisual que aparece en el guión literario?

Sí No

Parte semiológica:

5. ¿Considera usted que la animación de las montañas en el material audiovisual es?

Acertada Poco acertada Nada acertada

6. ¿Considera usted que la animación del logo es atractiva?

Atractiva Poco atractiva Nada atractiva

7. ¿Considera usted que los planos fotográficos utilizados en el material audiovisual son apropiados?

Apropiadas Poco apropiadas Nada apropiadas

8. ¿Considera usted que las escenas en cámara rápida de los lugares de Guatemala son atractivas?

Atractivas Poco atractivas Nada atractivas

Parte operativa:

9. ¿Considera usted que la resolución de las tomas utilizadas en el material audiovisual es?

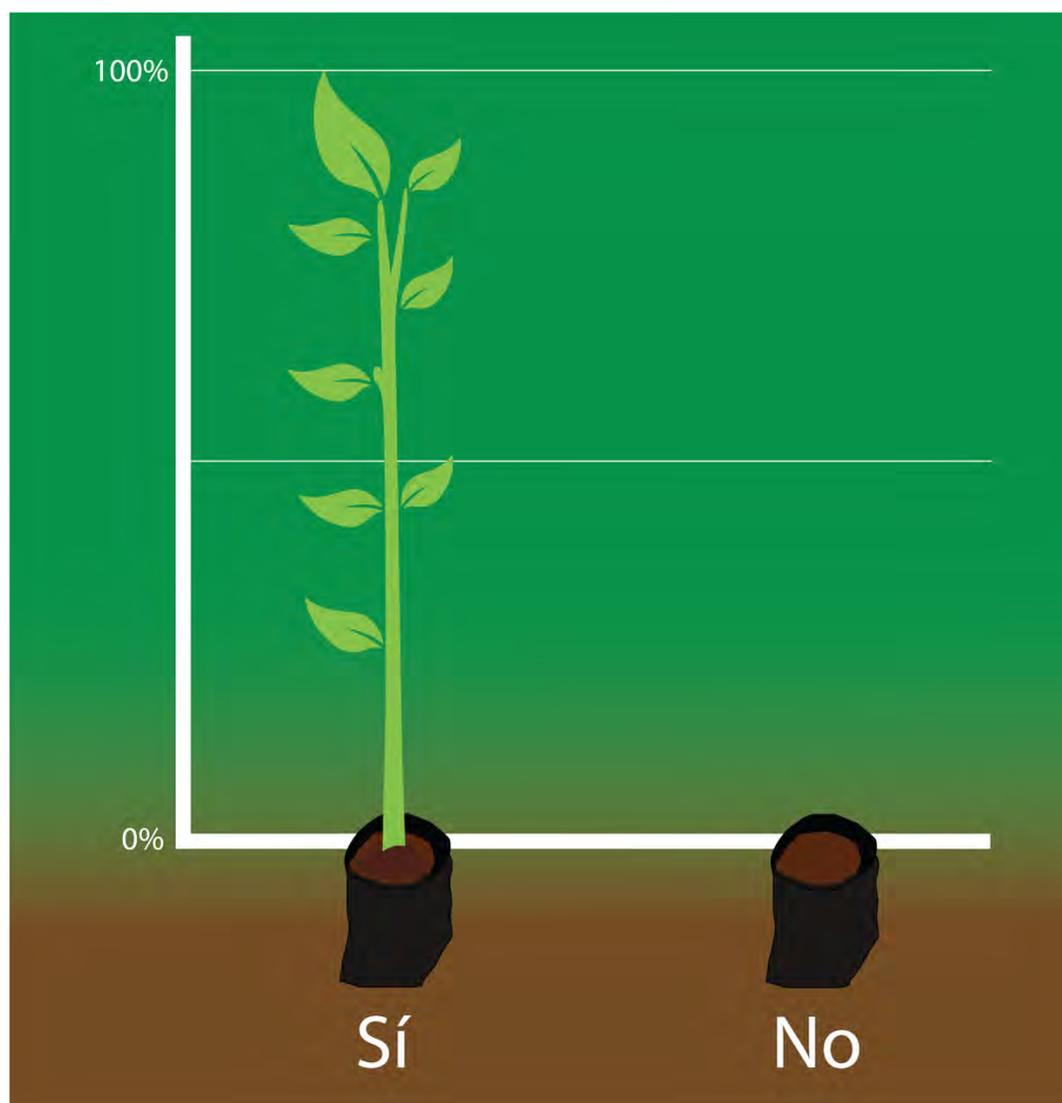
Calidad alta Calidad media Calidad baja

10. ¿Considera usted que la duración del material audiovisual es adecuada?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

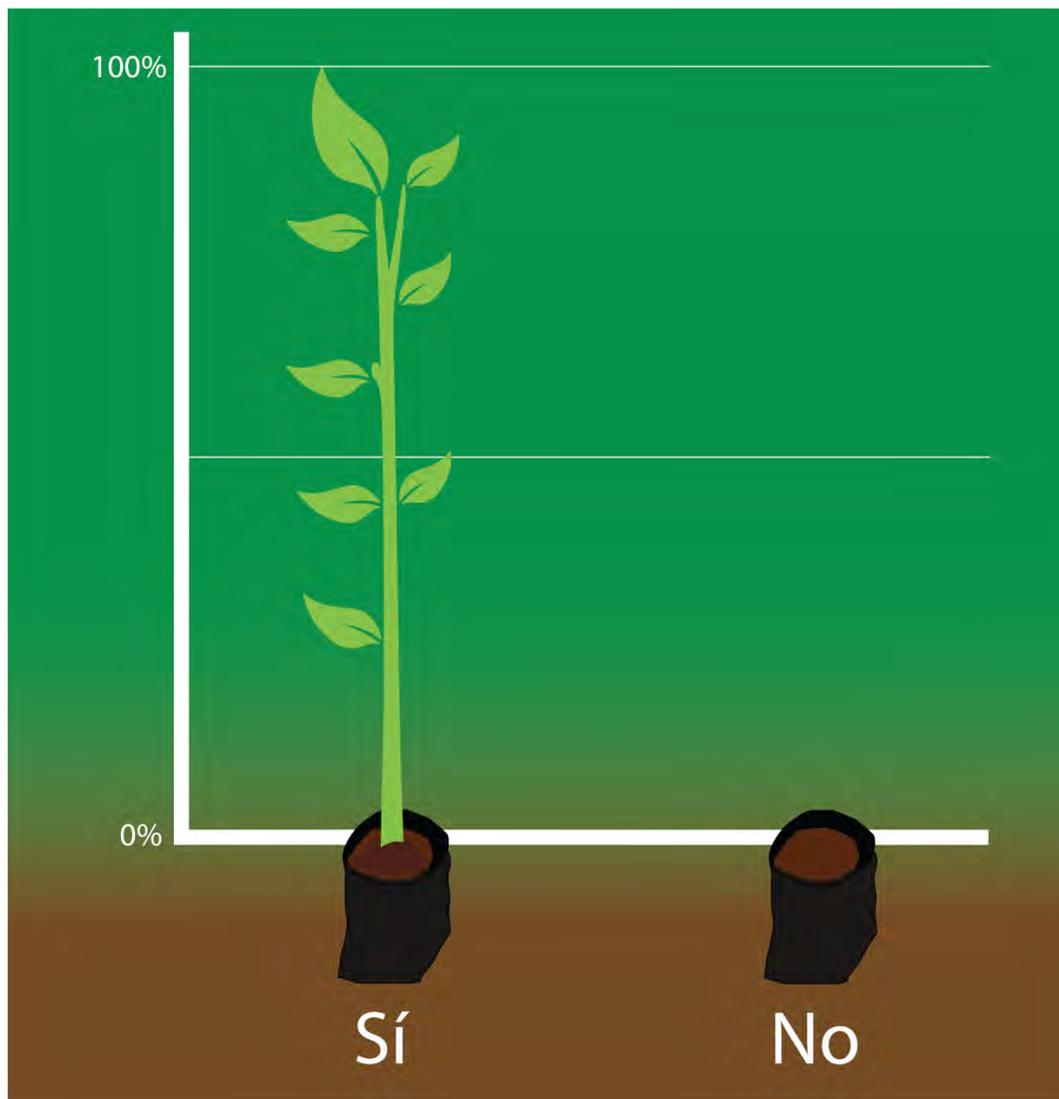
8.3 Resultados e interpretación de resultados

1. ¿Considera usted necesario producir un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–?



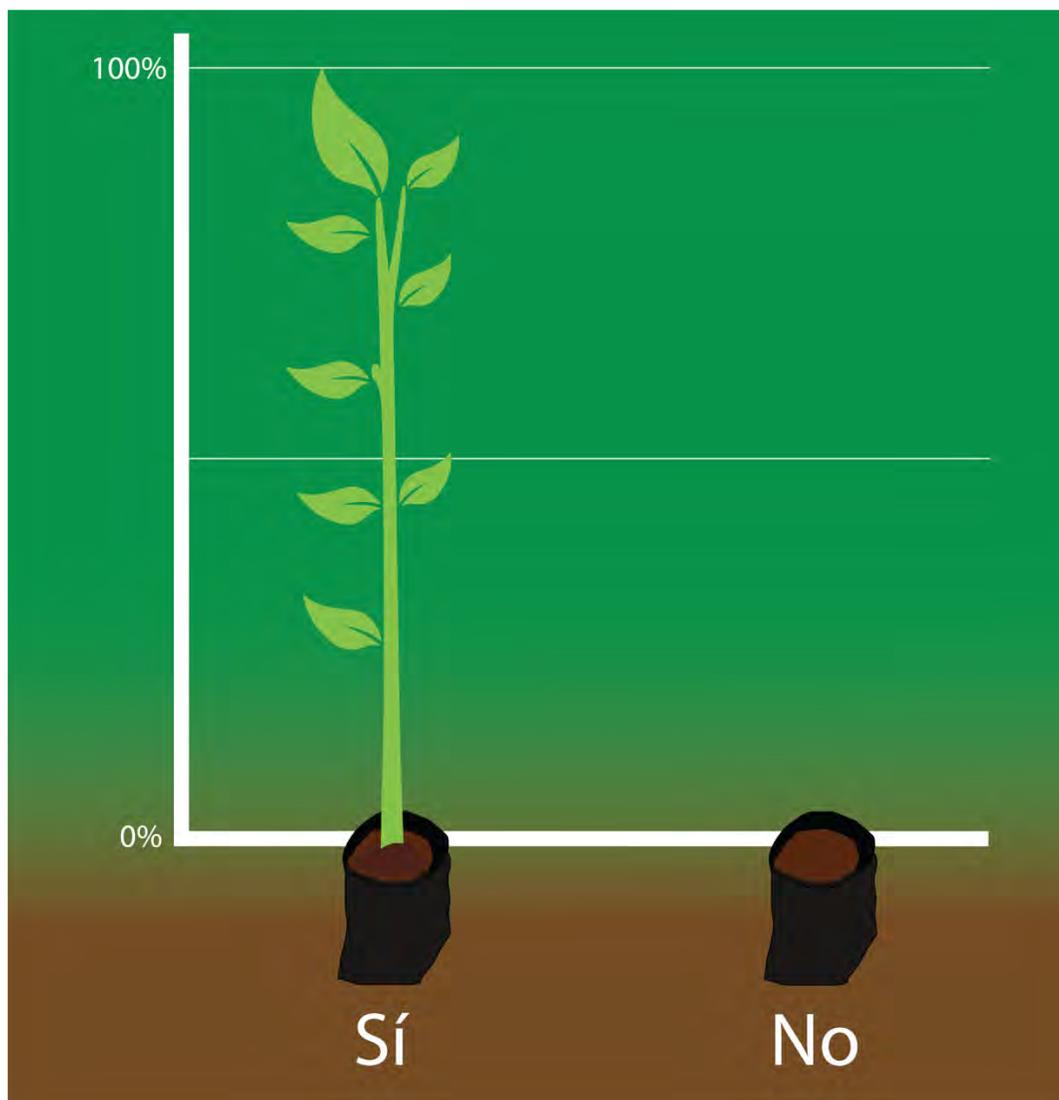
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario producir un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A a través de la información brindada por el cliente en su ficha técnica –brief– para tener el conocimiento de cómo debe de ir ubicado cada producto en la producción audiovisual y que sea aplicable al grupo objetivo?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante recopilar toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A a través de la información brindada por el cliente en su ficha técnica –brief– para tener el conocimiento de cómo debe de ir ubicado cada producto en la producción audiovisual y que sea aplicable al grupo objetivo.

3. ¿Considera necesario investigar por medio de fuentes bibliográficas las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales, para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual?



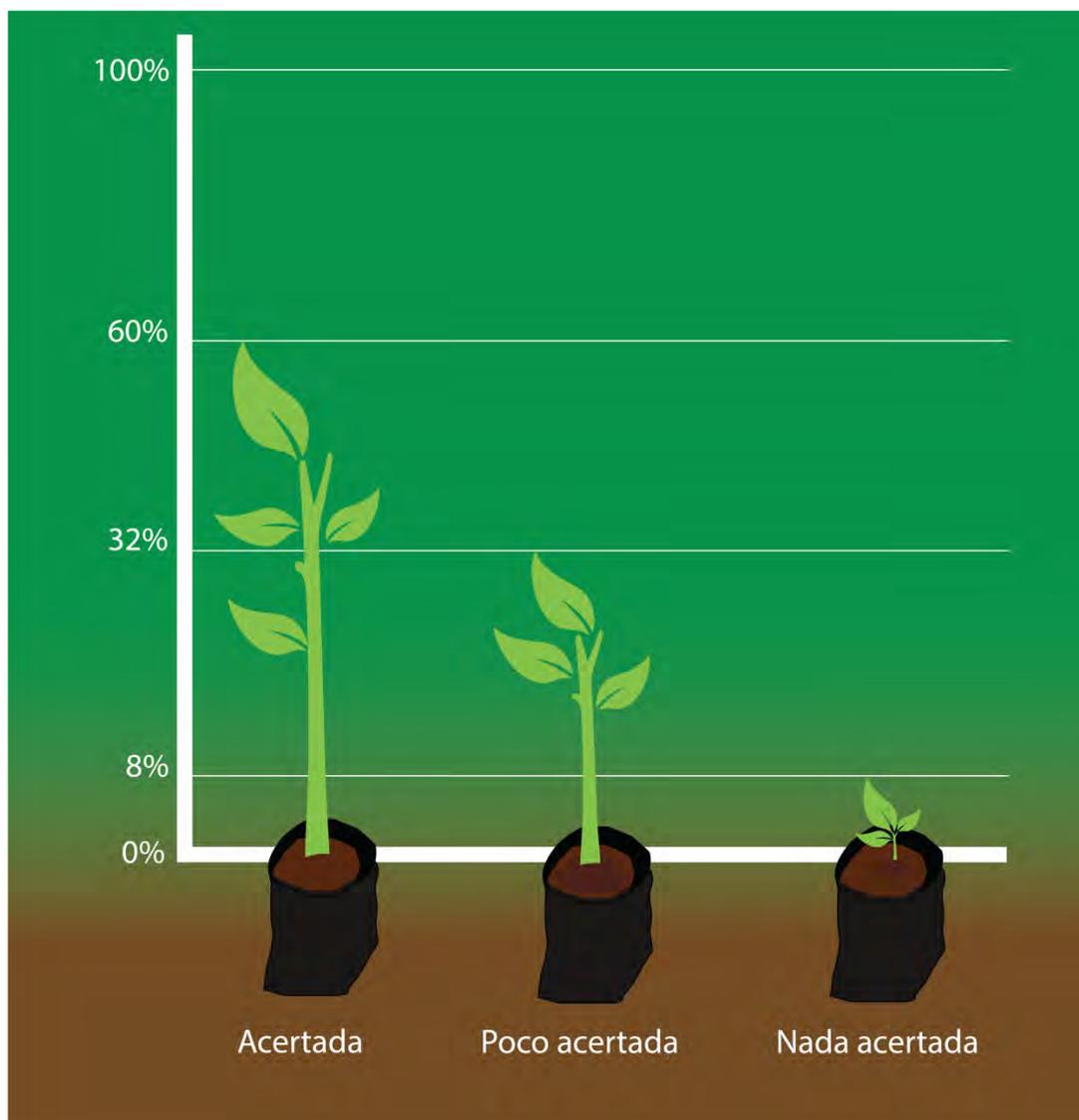
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario investigar por medio de fuentes bibliográficas las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales, para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual.

4. ¿Considera fundamental editar las escenas, por medio de programas como Adobe Premiere, para obtener todo el material audiovisual que aparece en el guión literario?



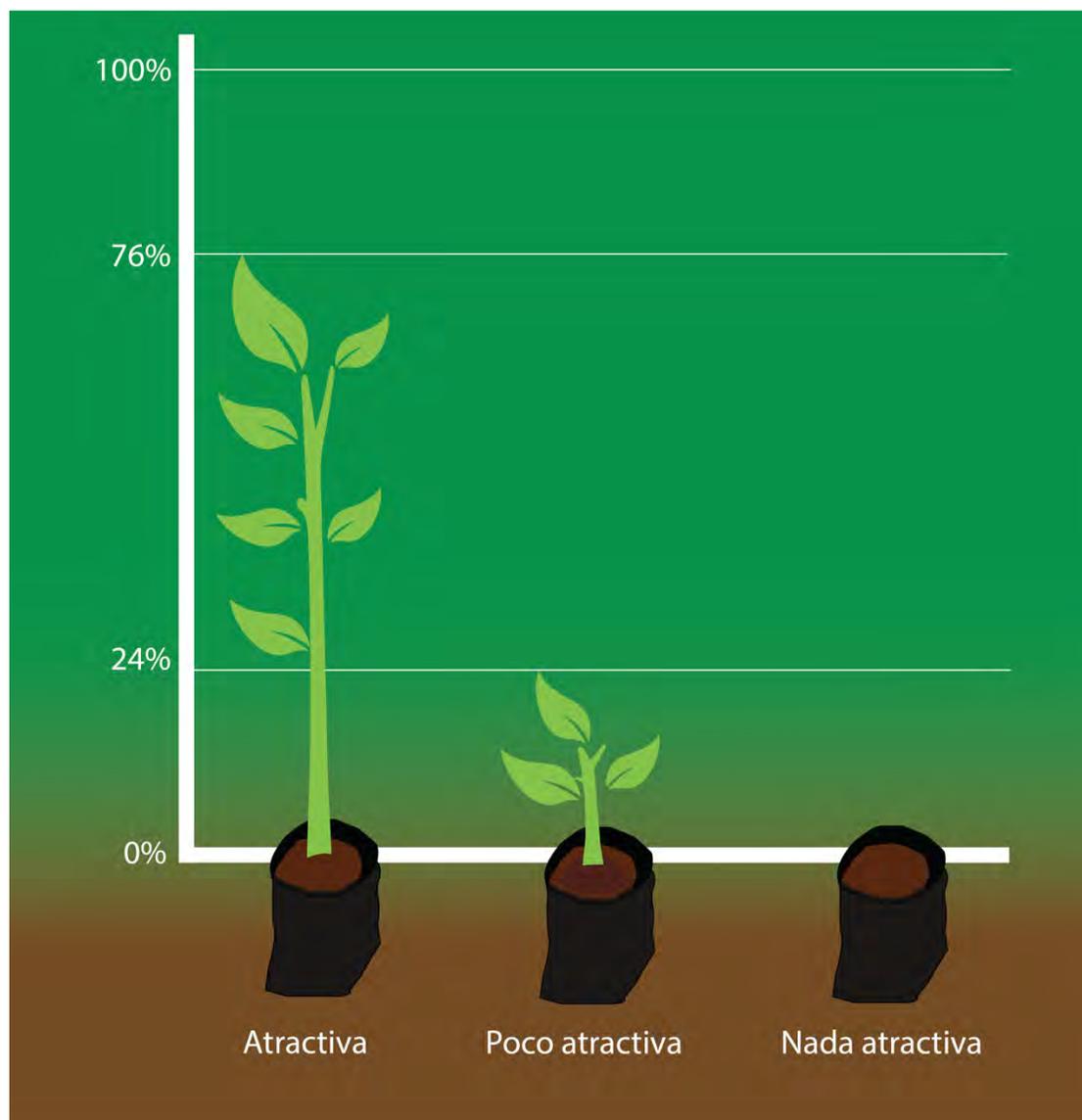
Interpretación: El 100% de los encuestados considera fundamental editar las escenas, por medio de programas como Adobe Premiere, para obtener todo el material audiovisual que aparece en el guión literario.

5. ¿Considera usted que la animación de las montañas en el material audiovisual es?



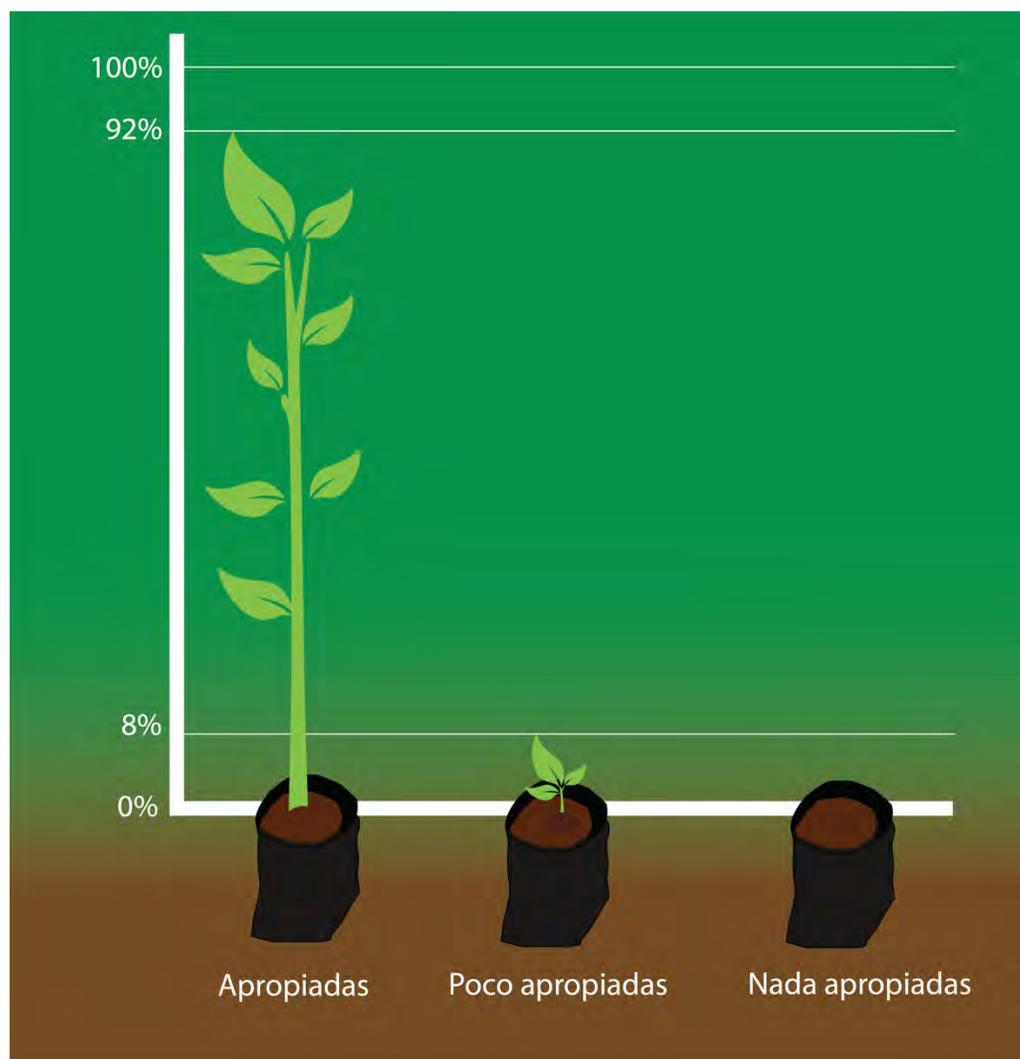
Interpretación: El 60% de los encuestados considera que la animación de las montañas en el material audiovisual es acertada, mientras que el 32% piensa que es poco acertada.

6. ¿Considera usted que la animación del logo es atractiva?



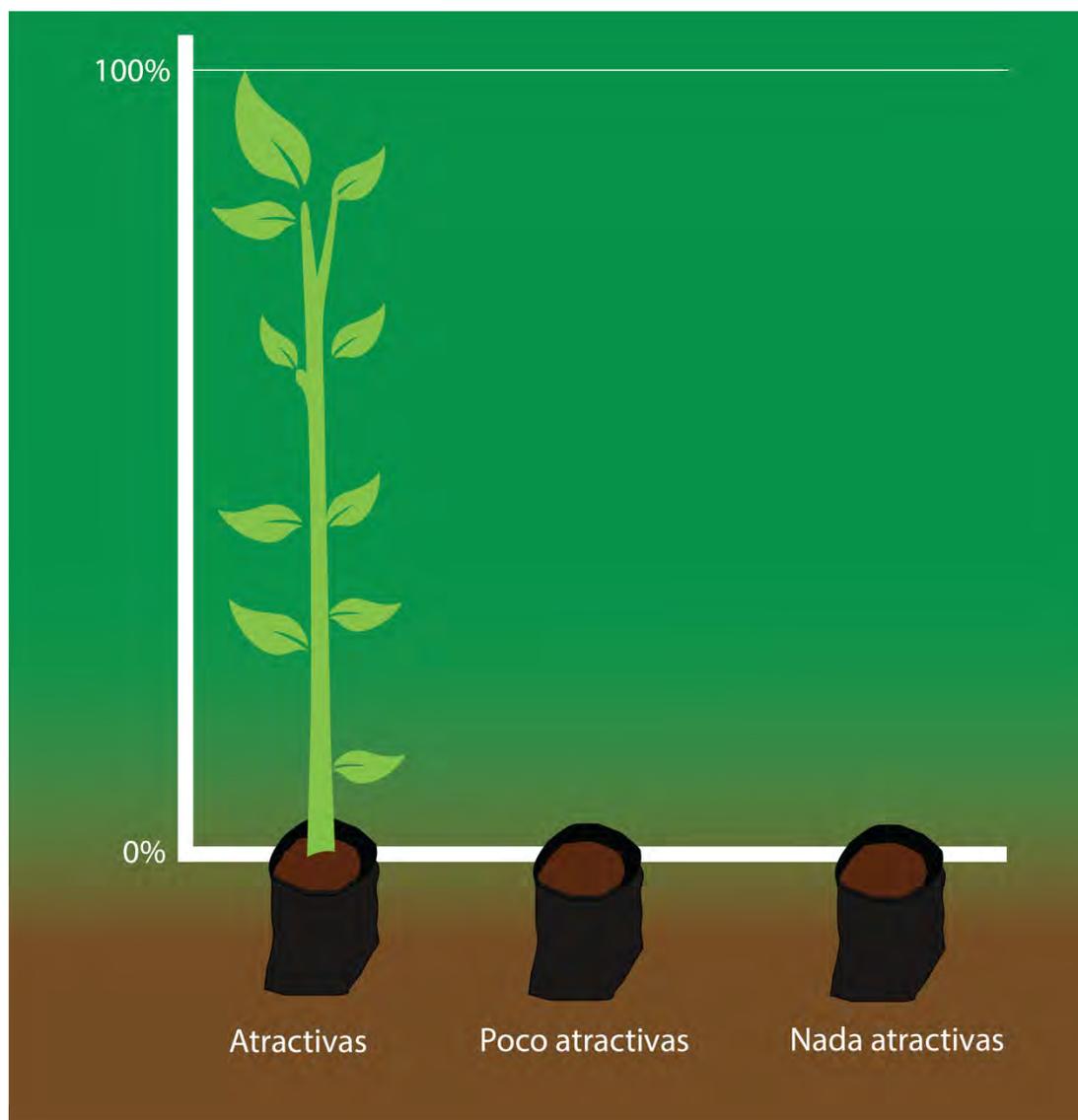
Interpretación: El 76% de los encuestados considera que la animación del logo es atractiva, mientras que el otro 24% considera que es poco atractiva.

7. ¿Considera usted que los planos fotográficos utilizados en el material audiovisual son apropiados?



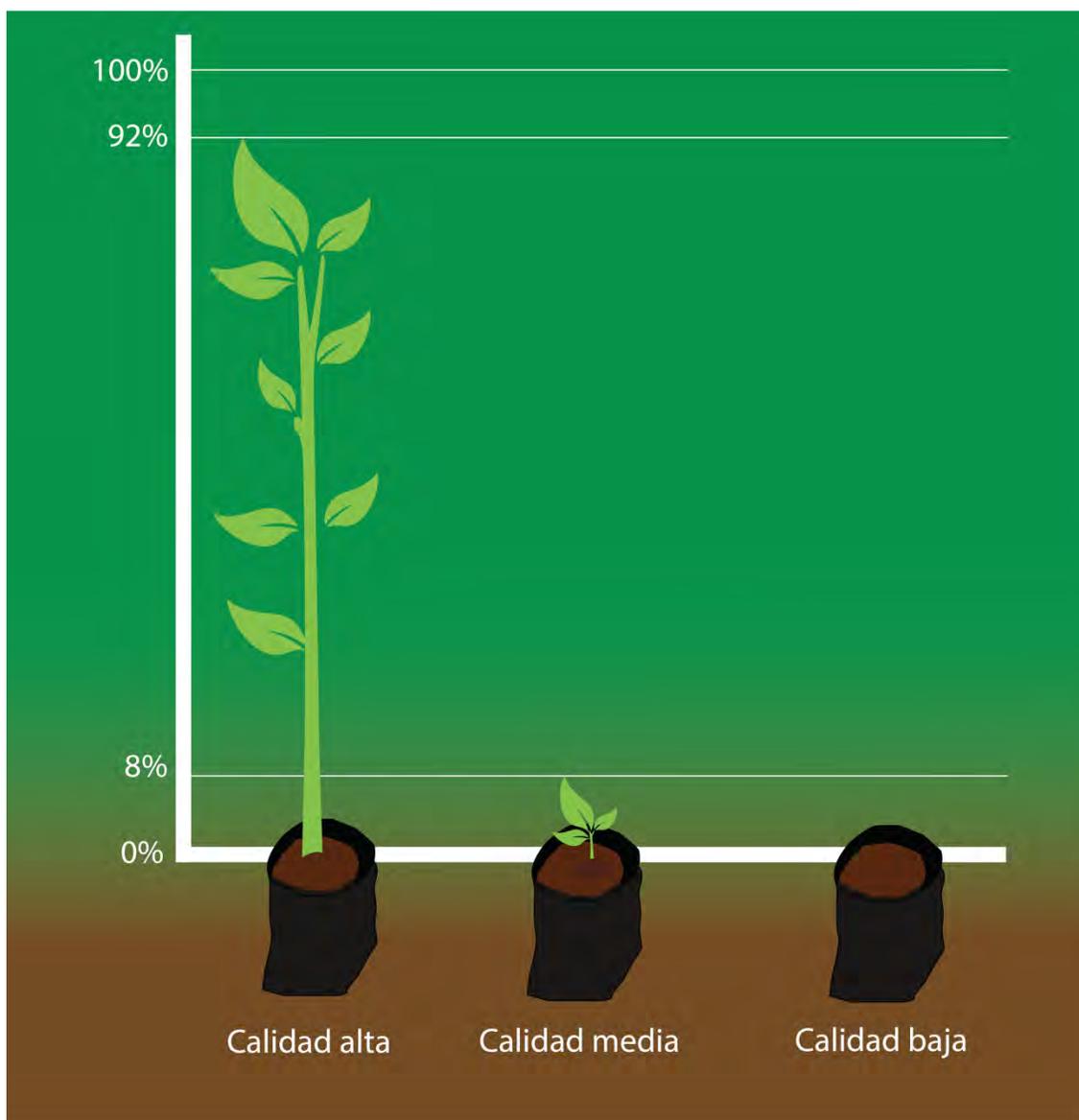
Interpretación: el 92% de los encuestados considera que los planos fotográficos utilizados en el material audiovisual son apropiados, mientras que el otro 8% considera que son poco apropiados.

8. ¿Considera usted que las escenas en cámara rápida de los lugares de Guatemala son atractivas?



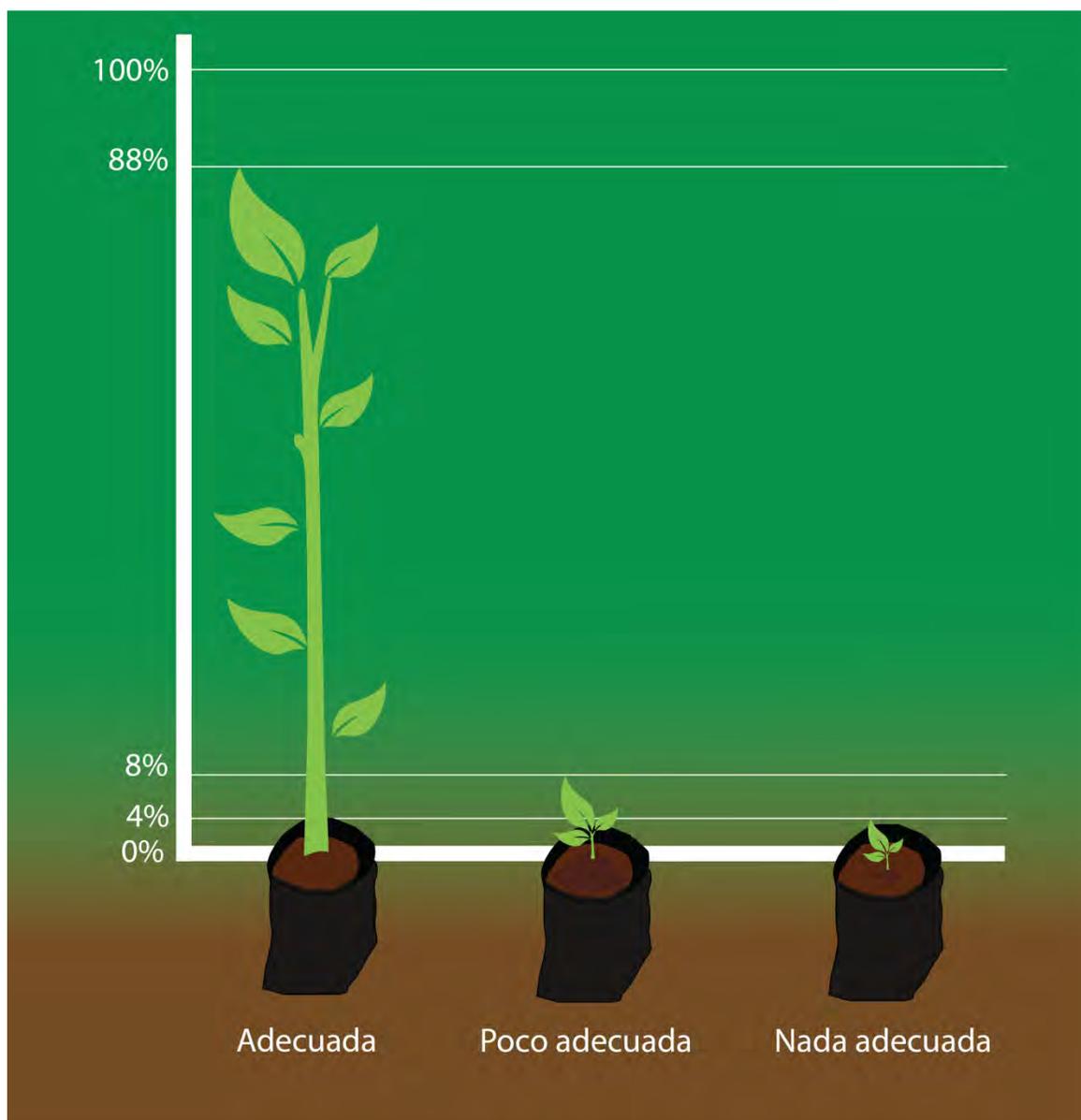
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que las escenas en cámara rápida de los lugares de Guatemala son atractivas.

9. ¿Considera usted que la resolución de las tomas utilizadas en el material audiovisual es?



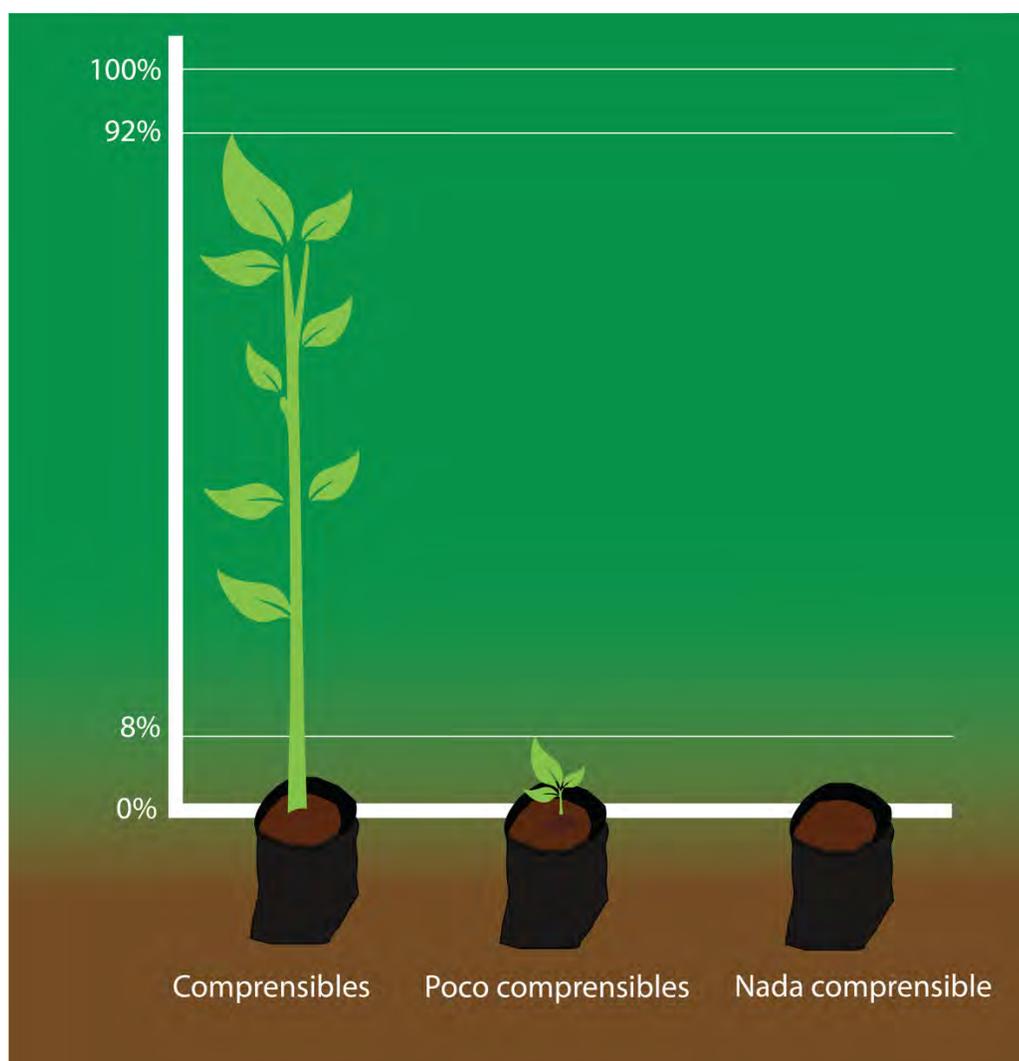
Interpretación: El 92% de los encuestados considera que la resolución de las tomas utilizadas en el material audiovisual es de alta calidad, mientras que el 8% considera que es de calidad media.

10. ¿Considera usted que la duración del material audiovisual es adecuada?



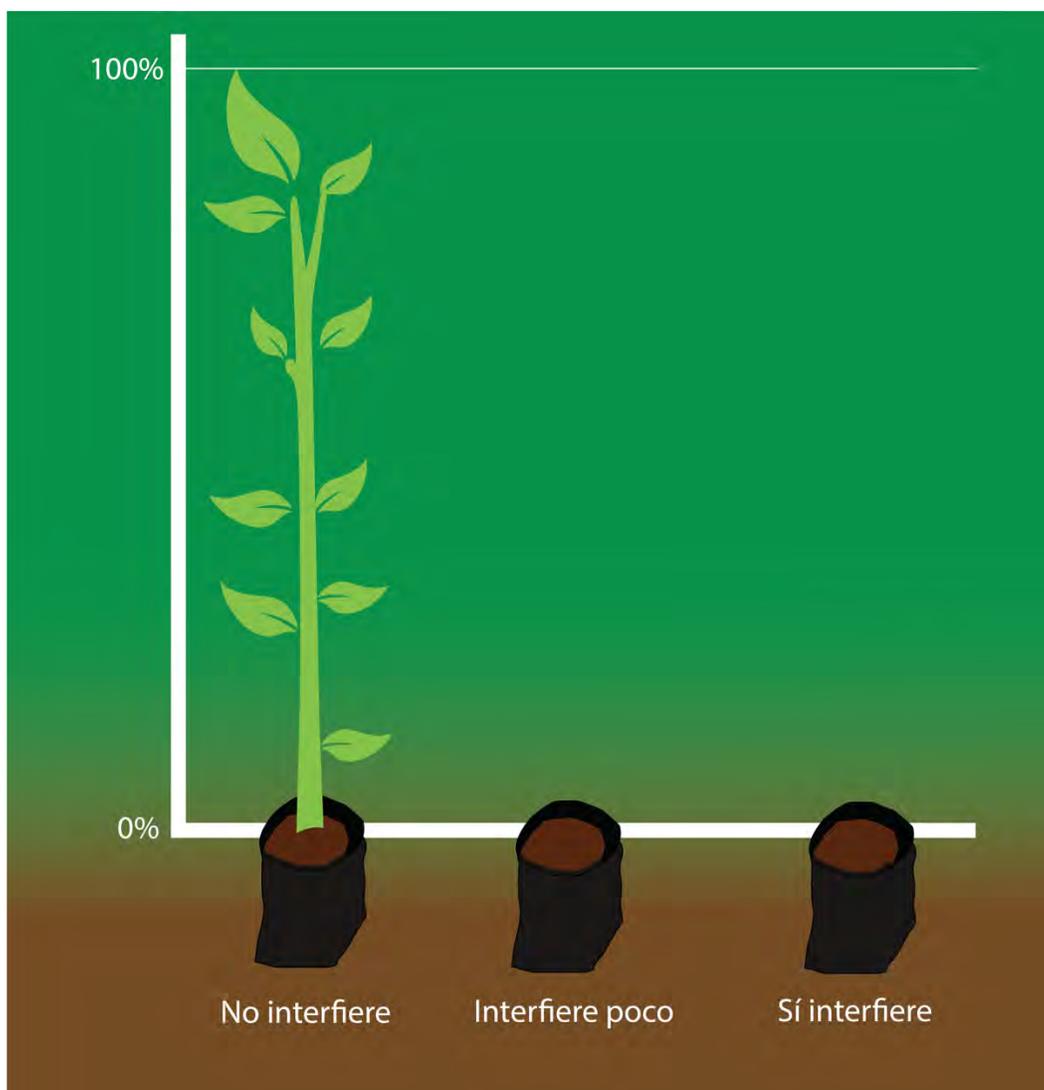
Interpretación: El 88% de los encuestados considera que la duración del material audiovisual es adecuada, mientras que el 8% la considera poco adecuada.

11. ¿Considera usted que son comprensibles los productos que se están promocionando en el material audio visual?



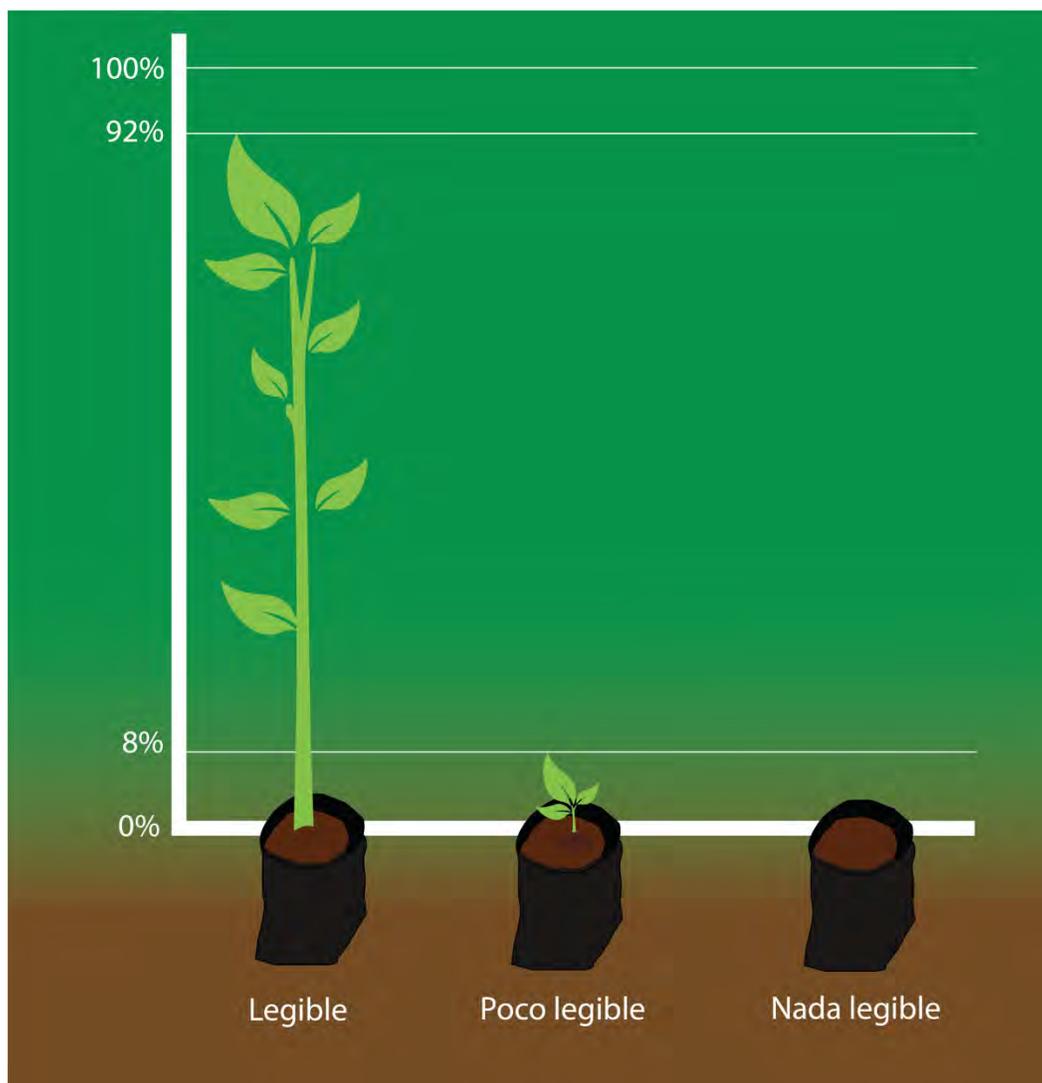
Interpretación: El 92% de los encuestados considera que los productos que se están promocionando en el material audiovisual son comprensibles, mientras que el 8% considera que son poco comprensibles.

12. ¿Considera usted que el nivel de volumen de la música interfiere con el mensaje del locutor?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el nivel de volumen de la música interfiere con el mensaje del locutor.

13. ¿Considera usted legibles los textos dentro del material audiovisual?



Interpretación: El 92% de los encuestados considera que los textos dentro del material audiovisual son legibles, mientras que el 8% considera que son poco legibles.

8.4 Cambios con base a los resultados

Con base a los resultados en la encuesta, se obtuvo que la duración del audiovisual era demasiado larga, por lo que, de 2 minutos 28 segundos, se redujo el tiempo a 2 minutos exactos. Para realizar dicha reducción de tiempo, se acortaron algunas escenas y otras se colocaron en cámara rápida.

Al inicio del audiovisual se cambió la opacidad del sólido para que impresionara el logo de Comceplast y al final, la animación del logo se hizo más rápida para visualizar más tiempo los datos de contacto de la empresa.

8.4.1 Antes.	8.4.2 Después.	8.4.3 Justificación.
		<p>Se cambió la opacidad del sólido blanco de 25% a un 100% para que el logo se pueda visualizar mejor.</p>
		<p>Se le quitó el logo de la parte inferior derecha, debido a que los resultados obtenidos en la encuesta mencionaban que esto era poco atractivo y en algunas escenas era poco visible.</p>
		<p>Se colocó un texto descriptivo de los productos que se están visualizando en las escenas, para mayor comprensión de los espectadores.</p>
		<p>Se eliminó la animación de las montañas que se mostraban en las escenas de los lugares de Guatemala, ya que era muy repetitiva y se dejó únicamente en la escena final.</p>



CAPÍTULO IX:
PROPUESTA
GRÁFICA FINAL

x

x

x

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Guión gráfico propuesta final

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 1 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: En comceptast, contamos con 30 años de experiencia y seguimos buscando innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, cumpliendo así con las diferentes necesidades de cada uno de nuestros clientes.</p>
<p>Escena 2 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: trabajando para mejorar nuestro rendimiento en los pedidos y las entregas.</p>
<p>Escena 3 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Así mismo, aseguramos el compromiso y responsabilidad de cada uno de nuestros colaboradores.</p>
<p>Escena 4 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos caracterizamos por la rapidez de entrega, cuidando tu producto en todo momento.</p>
<p>Escena 5 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Optimizamos nuestro tiempo para llenar tus expectativas y que resulte en una entrega perfecta.</p>

9.1 Guión gráfico propuesta final

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 6 Interior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Estamos comprometidos a llevar productos de la máxima calidad, hasta la puerta de tu negocio.</p>
<p>Escena 7 Interior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Nos adaptamos a tus necesidades económicas, por ello, contamos con una gran variedad de productos especiales</p>
<p>Escena 8 Interior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: para la agricultura con diferentes precios.</p>
<p>Escena 9 Animación digital Vista cenital</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: Llegamos hasta cada rincón de Guatemala.</p>
<p>Escena 10 Exterior Día Plano general</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: porque sabemos que los guatemaltecos son trabajadores.</p>

9.1 Guión gráfico propuesta final

Video	Imagen	Audio
<p>Escena 11 Exterior Día Plano general</p>	 <p>Parque Central de Quezaltenango</p>	<p>Fx: música de fondo Locutor: y luchan para alcanzar sus sueños, todo esto nos motiva,</p>
<p>Escena 12 Exterior Día Plano general</p>	 <p>Parque Central de Guatemala</p>	<p>Fx: música de fondo Locutor: al ver que hay gente emprendedora y por ello nos comprometemos.</p>
<p>Escena 13 Exterior Día Plano general</p>	 <p>Lago de Atitlán</p>	<p>Fx: música de fondo Locutor: a apoyar el desarrollo económico del país.</p>
<p>Escena 14 Exterior Día Primer plano</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: La Producción Agrícola de Guatemala es el sector productivo con mayor importancia para el país, aporta el 61.5% de las divisas por exportaciones</p>
<p>Escena 15 Exterior Día Plano entero</p>		<p>Fx: música de fondo Locutor: y alrededor de 1.86 millones de guatemaltecos laboran en el sector agropecuario nacional, por lo que,</p>

9.1 Guión gráfico propuesta final

Video	Imagen	Audio
Escena 16 Exterior Día Plano entero		Fx: música de fondo Locutor: los productos de comceplast están presentes desde el primer paso en la producción agrícola, como lo es la plantación del café, el secado y la preparación,
Escena 17 Exterior Día Plano medio		Fx: música de fondo Locutor: para que los agricultores logren un producto de calidad.
Escena 18 Exterior Día Plano detalle		Fx: música de fondo Locutor: Brindamos las herramientas necesarias para facilitar el trabajo
Escena 19 Exterior Día Plano medio		Fx: música de fondo Locutor: y juntos poder alcanzar el éxito, gracias a ti todo esto es posible.
Escena 20 Exterior Día Plano general		Fx: música de fondo Locutor: off

Enlace: <https://youtu.be/mcgkTpGBg6s>



CAPÍTULO X:
PRODUCCIÓN,
REPRODUCCIÓN
Y DISTRIBUCIÓN

x



x

x



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

El total de horas trabajadas para la elaboración de la propuesta y el proceso creativo fue de 45 horas, con un costo total de elaboración de Q1,125.00. Se trabajó 2 días por semana, lo que da un total de 10 días en 5 semanas.

Total de semanas trabajadas	5 semanas
Total de días trabajados	10 días
Total de horas de trabajo	45 horas
Valor de la hora	Q25.00
Total de costos de elaboración	Q1,125.00

10.2 Plan de costos de producción

El total de horas trabajadas para la producción de audio y video es de 244 horas. Se estima una base de Q 25.00 por hora trabajada, lo que suma un total de Q 7,900.00 de costos de producción.

Producción	Total de horas	Costo total
Reunión con el cliente	4 horas	Q100.00
Producción por locación	40 horas	Q1,000.00
Equipo profesional de producción	110 horas	Q 2,750.00
Viáticos y transporte		Q 1,800.00
Edición y colorimetría de video	40 horas	Q1,000.00
Locución y música	20 horas	Q500.00
Animaciones	30 horas	Q750.00
Costo total de producción	244 horas	Q7,900.00

10.3 Plan de costos de reproducción

Debido a que el audiovisual es para Facebook e Instagram, no representa ningún costo de reproducción.

10.4 Plan de Costos de Distribución

Comceplast S.A. distribuirá el material audiovisual por medio de las redes sociales Facebook e Instagram, por lo tanto, no representa ningún costo de distribución.

10.5 Margen de utilidad

El 20% de margen de utilidad del proyecto es de Q1,805.00

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q 1,125.00
Plan de costos de producción	Q 7,900.00
Plan de costos de reproducción	Q 0.00
Plan de Costos de Distribución	Q 0.00
Margen de utilidad 20%	Q 1,805.00
Total	Q 10,830.00

10.6 IVA

El IVA del total de costos es de Q,299.60

Detalle	Costo
IVA 12%	Q 1,299.60
Total	Q 12,129.60

10.7 Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q 1,125.00
Plan de costos de producción	Q 7,900.00
Plan de costos de reproducción	Q 0.00
Plan de costos de distribución	Q 0.00
<i>Subtotal</i>	<i>Q 9,025.00</i>
Margen de utilidad 20%	Q 1,805.00
<i>Subtotal</i>	<i>Q 10,830.00</i>
IVA	Q 1,299.00
Gran Total	Q 12,129.60



CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

x

x

x

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se produjo un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–

11.1.2 Se recopiló toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A a través de la información brindada por el cliente en su ficha técnica, para tener el conocimiento de cómo debe ir ubicado cada producto en la producción audiovisual y que sea aplicable al grupo objetivo.

11.1.3 Se investigaron por medio de referencias bibliográficas las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales, para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual.

11.1.4 Se editaron las escenas, por medio de programas como Adobe Premiere, para obtener todo el material audiovisual que aparece en el guión literario.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Ya que el audiovisual es un material que explica acerca de quién es Comceplast, sus productos y servicios que ofrece, se recomienda utilizarlo en presentaciones corporativas de la empresa, para exponerla de una manera más dinámica.

11.2.2 A la hora de crear contenido para redes sociales, es fundamental que se incluya la información relacionada con Comceplast, como lo son sus productos, servicios e información de contacto.

11.2.3 Crear contenido dinámico por medio de materiales audiovisuales en redes sociales, que estén actualizados en tendencias, para dar a conocer los productos de la empresa y para llamar a la acción de compra por parte de los clientes.

11.2.4 La tecnología forma parte de la vida cotidiana, por lo tanto, se recomienda utilizar esta vía como medio de comunicación con los clientes, al generar contenido de calidad, para mantener la atención de los mismos.



CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL

x

x

x

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos

Capitulo XII
Conocimiento General

Creatividad

Es necesario partir de una idea para la realización de un diseño. Los procesos de diseño son indispensables para la efectividad de la producción.

Los productos que demanda la actualidad son digitales, es necesario el uso de softwares para la creación de materiales audiovisuales.

Software

Ps Ai Pr Ae

Fotografía básica

Las angulaciones y los planos son algunos de los factores indispensables que se deben saber utilizar en la pre-producción.

Comunicación Audiovisual

Para realizar cualquier proceso de comunicación, se deben conocer los terminos utilizados en el guión técnico.

Taller

Guionismo, Edición y Storyboard
El guión literario es la base de toda producción, y la edición en la post-producción es necesaria para llegar al producto final.

CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS



Capítulo XIII: Referencias

A

Alonso, R. G. (31 de mayo de 2020). *Sembrar 100*. Obtenido de La agricultura:

<https://www.sembrar100.com/agricultura/>

C

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.

E

Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (1 de junio de 2020). *EsDesign*. Obtenido de ¿qué es y como crear un Storyboard?: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-es-y-como-crear-un-storyboard>

G

Global Negotiator. (31 de mayo de 2020). *Global Negotiator*. Obtenido de Diccionario de Comercio Internacional: <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/distribuidor/>

I

Irusta, P. (31 de mayo de 2020). *30 tipos de comunicación y sus principales características*. Obtenido de Pedro Irusta Mendieta: <https://pedroirustamendieta.com/es/tipos-comunicacion-caracteristicas/>

N

Navarro, J. (31 de mayo de 2020). *DefiniciónABC*. Obtenido de Definición de almacigo: <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/almacigo.php>

P

Pascual, E. (31 de mayo de 2020). *El blog verde*. Obtenido de la clasificación de los plásticos :

<https://elblogverde.com/clasificacion-plasticos/>

Pérez, L. F. (1 de junio de 2020). *Producción audiovisual: fases y consejos*. Obtenido de

Aprendercine.com: [https://aprendercine.com/produccion-](https://aprendercine.com/produccion-audiovisual/#Guion_de_produccion_que_es_y_como_se_hace)

[audiovisual/#Guion_de_produccion_que_es_y_como_se_hace](https://aprendercine.com/produccion-audiovisual/#Guion_de_produccion_que_es_y_como_se_hace)

Porto, J. P. (1 de junio de 2020). *Definición de diseño*. Obtenido de Definición.de:

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

R

Raffino, M. E. (31 de mayo de 2020). *Concepto de nylon*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/nylon/>

RDStation. (31 de mayo de 2020). *Ventas: estrategias, técnicas y todo lo que necesitas saber*.

Obtenido de Ventas: <https://www.rdstation.com/es/ventas/>

Real Academia Española. (31 de mayo de 2020). *Real Academia Española*. Obtenido de

Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/agricultor>

S

Sánchez, C. (1 de junio de 2020). *Guión técnico*. Obtenido de Taller de escritores:

<https://www.tallerdeescritores.com/el-guion-tecnico>

T

Torres, J. (31 de mayo de 2020). *Definición de la comunicación según 5 autores*. Obtenido de

lifeder.com: <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>

V

Villalobos, C. (1 de junio de 2020). *7 elementos esenciales de diseño gráfico que debes saber y cómo aplicarlos*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/elementos-diseno-grafico>

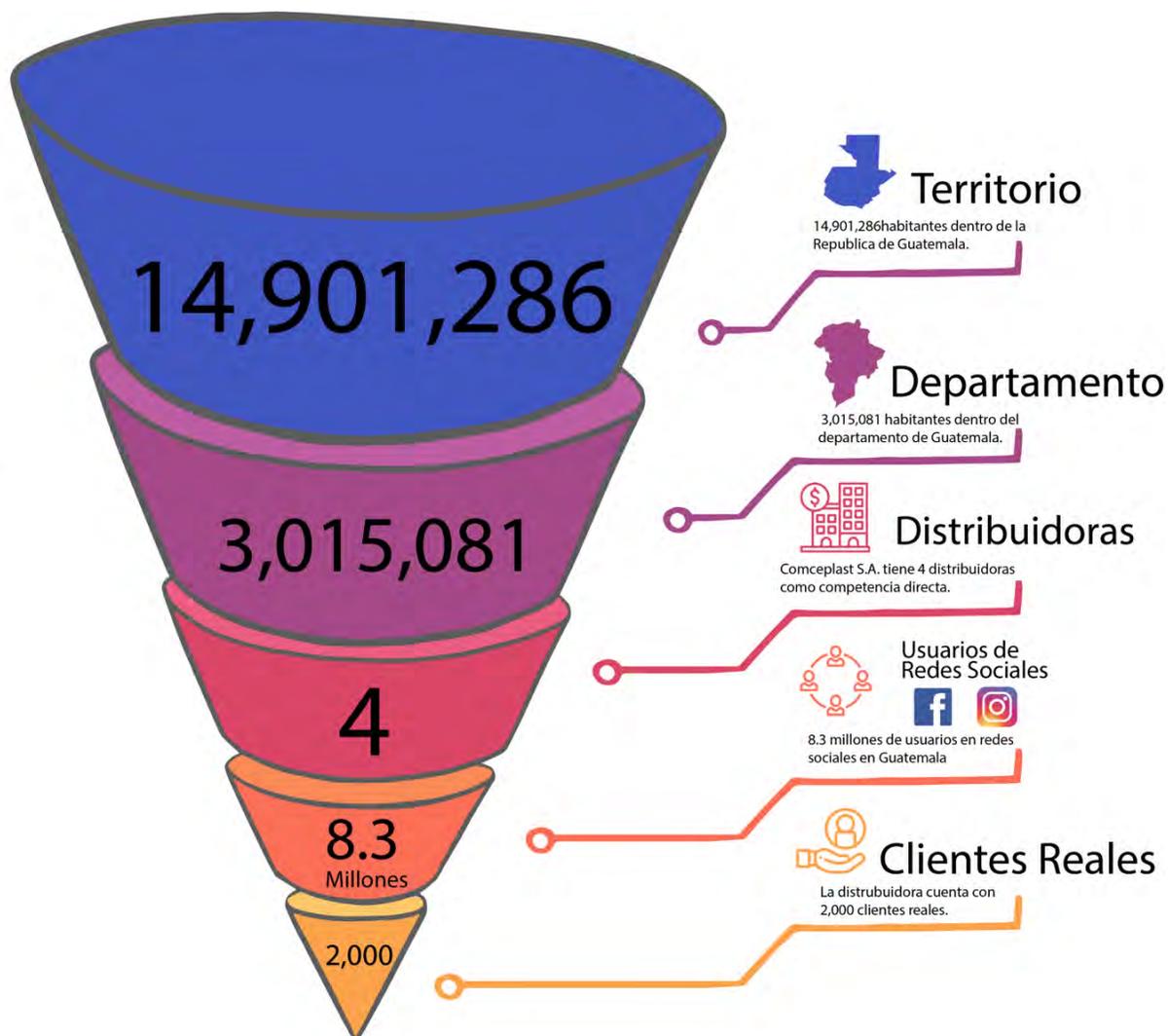
CAPÍTULO XIV: ANEXOS



Capítulo XIV: Anexos

Anexo A

Gráfica de magnitud



Anexo B

Ficha técnica del cliente



BRIEF



BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Antonio José Ruano Marroquín

No. de Carné: 17002936 Celular: Antonio José Ruano Marroquín

Email: antonio.ruano@galileo.edu

Proyecto:

Producción audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima Comceplast S.A. Guatemala. Guatemala. 2021

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Comercial Centro Plástico S.A –Comceplast–

Dirección: 11 calle 13-46, zona 17 Colonia Lomas del Norte, Guatemala

Email: comceplast@gmail.com Tel: 2256- 19031

Contacto: Ana Cecilia Colindres Celular: 4530-0460t

Antecedentes: Comceplast S.A. es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos plásticos dentro del país, tales como nylon, lazo, escobas, sillas, mesas, productos para agricultura, entre otros.

Oportunidad identificada:

Generar mayor interacción en las redes sociales de Comceplast S.A.

Anexo B

Ficha Técnica del cliente

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión:

Somos una empresa que se dedica a la distribución de productos plásticos y de uso agrícola de la mejor calidad, que cubren las necesidades de nuestros clientes manteniendo una relación continua y duradera.

Visión: Buscamos innovar e incrementar la diversidad de productos que distribuimos, cumpliendo así con las diferentes necesidades de nuestros clientes y poder extender la venta de nuestros productos al mercado centroamericano, con el compromiso y responsabilidad de cada uno de los trabajadores. Mejorando cada día para el crecimiento de la empresa.

Delimitación geográfica:

República de Guatemala.

Grupo objetivo:

Propietarios de negocios de productos plásticos y de uso agrícola.

Principal beneficio al grupo objetivo:

Variedad de productos para uso agrícola.

Competencia:

Variplast, Comercios universales, Corponadi S.A., Sucasa.

Posicionamiento:

Segundo puesto en el mercado.

Factores de diferenciación:

Variedad de productos con mejores precios y calidad.

Objetivo de mercadeo:

Ser una empresa líder en el mercado del plástico.

Objetivo de comunicación:

Demostrar una buena relación, tanto colaboradores, clientes y medio ambiente.

Mensajes claves a comunicar:

Productos que mejoran el crecimiento agrícola

Estrategia de comunicación:

Informar por medio de redes sociales acerca de la empresa y de los productos.

Retos del diseño y trascendencia: Aplicar tendencias creativas en la producción audiovisual.

Anexo B

Ficha Técnica del cliente

Materiales a realizar: Un audiovisual para redes sociales.

Presupuesto: _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:

Colores:

R 49 G 144 B 61
C80 M18 Y56 K4
#31903D

R 255 G 255 B 255
C0 M0 Y0 K0
#FFFFFF

Tipografía:

Arial Regular

Times New Roman

Forma:

LOGOTIPO



Anexo C

Tabla de Niveles Socioeconómicos 2015/Multivex

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

Anexo D

Tendencias 2020

20 TENDENCIAS 2020

BAJA PROFUNDIDAD DE CAMPO

TIMELAPS

STORYTELLING

G
I
M
B
A
L

The image is a vertical collage on a dark blue background. At the top left, the text '20 TENDENCIAS 2020' is written in large, white, bold letters. Below this, the words 'BAJA PROFUNDIDAD DE CAMPO' are written in a similar font. To the right, the word 'TIMELAPS' appears twice in a white, outlined font. At the bottom left, the word 'STORYTELLING' is written in a white, outlined font. On the right side, the letters 'G', 'I', 'M', 'B', 'A', and 'L' are stacked vertically in a white, outlined font. The collage features several images: a city skyline at night, a timelapse of a road at night with light trails, a close-up of a bird in flight, a pair of glasses on a dark surface, a person operating a camera on a gimbal, and various hand-drawn icons representing storytelling and technology.

Anexo E

Tablero con la información del marco teórico

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

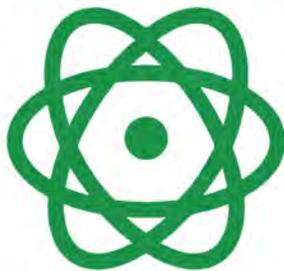
Comunicación corporativa. El principal objetivo de su utilización en este proyecto es que la producción del audiovisual de a conocer la imagen corporativa de la empresa Comceplast S.A. Se mostrará los colores corporativos, se resaltarán los objetivos y su ventaja competitiva.

DISEÑO

Se hará uso de los principios del diseño gráfico, para seguir con los elementos y línea gráfica de la empresa, y poder utilizar todos los lineamientos establecidos por el cliente.



CIENCIAS



SEMIOLÓGÍA DE LA IMAGEN

La imagen ira acompañado de elementos, y estos deberán cumplir sus objetivos y utilizar la comunicación no verbal, con gestos, señales, símbolos y códigos.

SOCIOLOGÍA

El contenido abarca toda la república de Guatemala, por se un país multicultural, es necesario tomar los datos específicos de cada cultura, etnia y región. Con esto se logrará que las personas se sientan identificadas con estos elementos y que se contenga la mayor parte de información.

CÁMARA RÁPIDA

Se realizará una secuencia de tiempo, que represente los principales lugares en los que se distribuye el producto de Comceplast S.A.

PROFUNDIDAD DE CAMPO BAJA

Es necesario dirigir la vista a los productos o los valores de la empresa, por ello se priorizará el enfoque del primer plano, así mismo se desenfocará el resto.

NARRACIÓN

Se aplicará contar historias y darle el enfoque a los sentimientos es una técnica efectiva para llamar a atención al espectador y así captar la mayor parte de la información.

TENDENCIAS



Anexo F

Tabla de requisitos de bocetaje

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Ordenar los elementos para la creación del material audiovisual.	Bocetaje	Limpieza
Guión gráfico	Tener una base ordenada de las escenas que se realizarán.	Preproducción audiovisual	Recorrido
Figura	Transmitir de forma simple la información del audiovisual.	Ilustrador After effects	fluidez
Color	Dar a conocer la identidad de Comceptast S.A. y la cultura guatemalteca.	Premiere Illustrator	Tranquilidad
Audio	Emitir sonidos agradables al oído del espectador.	Adobe Audition	Armonía
Video	Crear un material atractivo para el grupo objetivo.	Premiere After Effects	Identificación
Tipografía	Brindar información relevante en el material audiovisual.	Premiere	Importancia

Anexo G

Instrumento de validación



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

Género:

Masculino

Femenino

Edad:

Experto:

Cliente:

Grupo objetivo:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia:

Encuesta de validación del proyecto

Producción audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima -Comceplast S.A.- Guatemala, Guatemala. 2021

Antecedentes:

Comceplast S.A. es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos plásticos dentro de Guatemala, creada con el propósito de llevar productos y servicios de la mejor calidad y cumplir con las diferentes necesidades de sus clientes, con el compromiso y responsabilidad de cada uno de sus trabajadores.

Entre los productos que distribuye el Comercial Centro Plástico S. A se encuentra el nylon, lazo y productos de uso agrícola, entre otros.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe con atención el material audiovisual y según su criterio marque con una X en los cuadros designados las siguientes preguntas.

Parte objetiva:

- ¿Considera usted necesario producir un material audiovisual para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos de uso agrícola que distribuye el Comercial Centro Plástico Sociedad Anónima –Comceplast S.A.–?

Sí
 No
- ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria del Comercial Centro Plástico S.A a través de la información brindada por el cliente en el brief, para tener el conocimiento de cómo debe de ir ubicado cada producto en la producción audiovisual y que sea aplicable al grupo objetivo?

Sí
 No

Anexo G

Instrumento de validación

3. ¿Considera necesario investigar por medio de fuentes bibliográficas las tendencias de diseño y conceptos relacionados a materiales audiovisuales y redes sociales, para producir de manera lógica el contenido del proyecto audiovisual?

Sí No

4. ¿Considera fundamental editar las escenas, por medio de programas como Adobe Premiere, para obtener todo el material audiovisual que aparece en el guión literario?

Sí No

Parte semiológica:

5. ¿Considera usted que la animación de las montañas en el material audiovisual es?

Acertada Poco acertada Nada acertada

6. ¿Considera usted que la animación del logo es atractiva?

Atractiva Poco atractiva Nada atractiva

7. ¿Considera usted que los planos fotográficos utilizados en el material audiovisual son apropiados?

Apropriadas Poco apropiadas Nada apropiadas

8. ¿Considera usted que las escenas en cámara rápida de los lugares de Guatemala son atractivas?

Atractivas Poco atractivas Nada atractivas

Parte operativa:

9. ¿Considera usted que la resolución de las tomas utilizadas en el material audiovisual es?

Calidad alta Calidad media Calidad baja

10. ¿Considera usted que la duración del material audiovisual es adecuada?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

Anexo H

Correo de validación de los expertos

Confirmación de validación de Lic. Rafael Antonio Gutiérrez.



Confirmación de validación de Lic. Guillermo García Letona.



Anexo H

Confirmación de validación de Lic. Carlos Antonio Jiménez.

Antonio José Ruano Marroquín <antonio.ruano@galileo.edu>
para Carlos

lun, 19 oct 16:39

Buenas tardes lic. espero se encuentre bien el motivo de este correo es para solicitar su ayuda en la validación de mi proyecto, había planeado una videoconferencia pero me confirman que ya no es necesario, así que le dejo los links para que conteste la encuesta

Enlace del audiovisual: <https://youtu.be/r5sfrR5vcpg>

Enlace de la encuesta: <https://forms.gle/x6JE3QG8h5D7sdfrA>

Espero su respuesta de confirmación
Muchas gracias por su ayuda



Carlos Antonio Jimenez Ramirez <cjimenez@galileo.edu>
para mí

mar, 20 oct 18:57

No había visto su correo, voy a revisar su proyecto y le envío mis comentarios.
Saludos.

Lic. Carlos Antonio Jiménez Ramirez
Diseñador Gráfico
cjimenez@galileo.edu

Carlos Antonio Jimenez Ramirez <cjimenez@galileo.edu>
para mí

mar, 20 oct 19:04

Ya he validado su proyecto. Adjunto captura de pantalla de la encuesta. Le hice un par de comentarios.
Saludos.

Confirmación de validación de Lic. David Antonio Castillo.

Antonio José Ruano Marroquín <antonio.ruano@galileo.edu>
para David

lun, 19 oct 16:40

Buenas tardes lic. espero se encuentre bien el motivo de este correo es para solicitar su ayuda en la validación de mi proyecto, había planeado una videoconferencia pero me confirman que ya no es necesario, así que le dejo los links para que conteste la encuesta

Enlace del audiovisual: <https://youtu.be/r5sfrR5vcpg>

Enlace de la encuesta: <https://forms.gle/x6JE3QG8h5D7sdfrA>

Espero su respuesta de confirmación
Muchas gracias por su ayuda



David Castillo <davidcastillo@galileo.edu>
para mí

dom, 1 nov 21:45

Listo encuesta realizada.

Saludos.

David

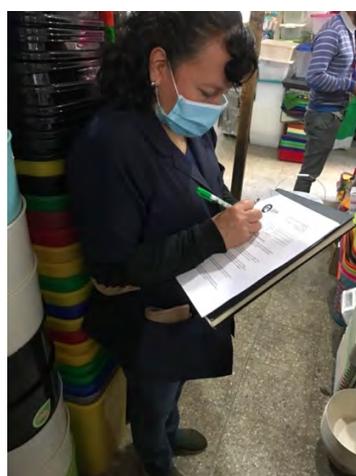
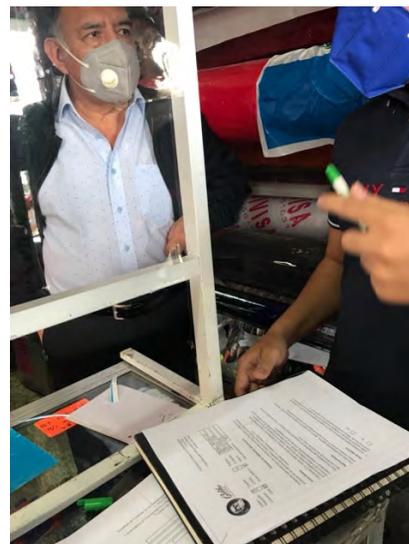
Anexo I

Fotografía de los clientes encuestados



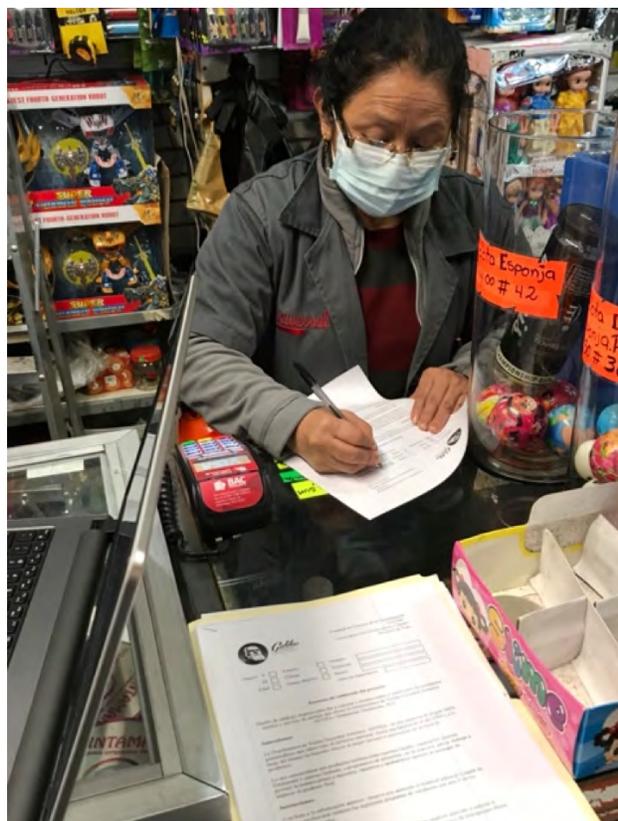
Anexo J

Grupo objetivo encuestado



Anexo J

Grupo objetivo encuestado



Anexo K

Cotizaciones



acoustic comunicación

Carretera a El Salvador
Tel: (502) 6610-6000
info@acousticcomunicacion.com
acousticcomunicacion.com

YouTube Vimeo Instagram Facebook LinkedIn

spots/ingles cine digital-tv/animación doblaje/subtitulaje eventos/logística

Guatemala 25 de noviembre 2020.

**ANTONIO RUANO.
PRESENTE**

Estimado Sr. Ruano,
Luego de un saludo cordial, me permito presentar para su consideración el costo de producción de un video corporativo con duración de dos minutos.

LA PRODUCCIÓN INCLUYE.

- Guion de acuerdo a brief proporcionado.
- Viáticos y transporte para el staff y crew de seguridad. (Para 3 departamentos)
- Equipo profesional de producción.
- Locutor profesional y música de stock
- Edición, colorimetría y animación de logotipo

PRECIO: Q.22,000.00.

OBSERVACIONES

- Forma de Pago: 50% anticipo al aprobar el proyecto y 50% contra entrega a satisfacción del material.
- Tiempo de entrega: A convenir.
- Validez de la oferta: 15 días.

Sin más por el momento y con el privilegio de poder servirle,



**CARLOS HERRERA
EJECUTIVO DE PROYECTOS
DIRECTO: 3066-5289**

Conozca:
["VIDEO CORPORATIVO" ¿Por qué es importante hacerlo bien?](#)

Pincha aquí: [ACUSTICCOMUNICACION](#) y conoce más de nosotros

Anexo K

Cotizaciones

Guatemala, 18 de Noviembre 2020



Antonio Ruano
 Director de Mercadeo
 Comceptplast
 Presente,

Estimado Antonio, reciba un cordial saludo de elStudio. De acuerdo a su solicitud, para nosotros es un gusto presentarle nuestra cotización para producir un video de Comceptplast. La producción incluye dirección general, así como un equipo técnico de primer nivel. Además de la edición y post-producción del video con calidad cinematográfica.

Platamos filmar todo lo que sea nos posible: las tomas de Guatemala, de los caficultores, entre otros, para así darle un giro de 360° al video.

La propuesta incluye:

— *Producción | 02 Días* —

- Dirección general
- Asistentes técnicos
- Cámara 4K (Full Frame)
- Kit de lentes (Óptica PL para Cine)
- Equipo completo de Iluminación
- Tripodes y gripería
- Props, utilería y vestuario
- Alimentación y transporte

— *Post Producción | 03 Días* —

- Edición y post
- Animación 2D y motion graphics
- Incorporación de créditos
- Corrección de color (DaVinci)
- Tiempo de estudio (Audio)
- Locución institucional
- Música de librería

La inversión total para la producción es de: Q14,500.00 (Más impuestos)
 (Ojo: Este costo no incluye modelos, permisos, ni locaciones)

Agradeciendo de antemano su atención; se suscribe atentamente,

Alberto José Sazo (Beto)
Productor Ejecutivo
 Móvil: (502) 5000-8236

Edificio Reforma Montufar

12 calle Av. Reforma Zona 10

Torre A Oficina 802

Anexo L

Investigación

Producción audiovisual

La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine, la televisión y actualmente redes sociales.

Abarca desde aspectos financieros, recursos técnicos y logísticos hasta qué tareas se hacen cada día.

La producción audiovisual se realiza en 3 fases: Planificación, ejecución, montaje y edición.

Pre- Producción

Se puede considerar como la fase más importante porque es donde se arman las bases de lo que se realizará en cada escena. También se definen los puestos, medios, profesionales a involucrar, espacios o locaciones. Es un trabajo de planificación de completamente todo el proyecto.

Producción

Se realizan todas las decisiones tomadas en la preproducción. Se comienzan a grabar todas las escenas y se trabaja de forma coordinada todos los equipos de sonido, iluminación, audio, vestuario, escenografía.

Posproducción

El realizador y los directores realizan la selección y edición de los mejores materiales grabados. El editor se encarga de hacer el montaje y en esta fase la producción garantiza que esté todo disponible para conseguir en el producto final. En esto se incluye desde los derechos musicales hasta la coordinación de las horas de montaje.

Diseño audiovisual

Se define como la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico-sonoro y en movimiento, producidas normalmente por medios

tecnológicas, y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual.

Imagen

Significa figura o representación visual de algo o alguien. Este sentido puede tratarse de una pintura, un dibujo, un retrato, una fotografía o un video.

Cinematografía

Es la técnica y el arte de capturar, almacenar y retransmitir imágenes en movimiento, a menudo provistas de un soporte auditivo. Este proceso se lleva a cabo con una cámara de video. Se encuentra muy relacionado con la fotografía, tanto técnica como creativamente.

Guión

Es el relato escrito de lo que va a suceder en la película. Es algo muy sencillo y con un cierto parecido a una novela. Se desarrolla completamente un argumento teniendo en cuenta que todo hay que filmarlo, grabarlo y montarlo. El guión son los diálogos, las escenas, las secuencias, y una descripción minuciosa y pormenorizada de lo que los actores hacen en escena.

Guión gráfico

Es un compuesto de dibujos secuenciales que ilustran los planos de una obra audiovisual. Es un paso básico que debe realizarse en cualquier buena preproducción, ya que ayudará a tener una guía del rodaje. Se utilizan habitualmente en cine, televisión y publicidad, además de en muchos otros ámbitos de la creación de vídeos.

Video para mercadeo

Es una herramienta de mercadeo que se basa en el uso de la imagen audiovisual, principalmente a través de internet, para lograr diferentes objetivos de la estrategia de mercadeo.

Tendencias

Tendencias de diseño 2020

El diseño gráfico es una expresión visual, por lo que cada año cambia y se utilizan diferentes tendencias cada año.

Degradados de color.

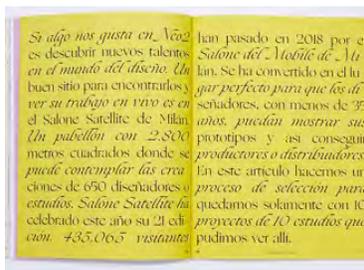
Se utilizan degradados desde embalaje hasta ilustraciones, en el 2020 son protagonistas los degradados. El logo de Instagram, una de las redes sociales mas grandes del momento. En las páginas web se utilizan los degradados para resaltar el diseño.



Fuente: Bannersnack.com

Tendencia de tipografía.

La tipografía de tendencia en la actualidad son las sans-serif, estas tipografías se utilizan en negrita y consiguen dar una imagen moderna. La facilidad de lectura en estas tipografías es alta.



Ogg en uso. Rediseño de Neo2 por Yarza Twins

Tipografía a lo grande

La tendencia para 2020 son las creaciones con tipografía más grande y elaboradas a mano, buscando esa necesidad de autenticidad. Todo ello combinado con una tipografía más artística.

algunas gráficas experimentan con la tipografía cinética sobre imágenes estáticas que se comparten en formato vídeo.



Fuente: Arnotts & Brown Thomas Values

Biseles y cinceles

Al crear formas 3D a partir de líneas duras, la tendencia de biseles y cinceles se remonta a la lucha clásica entre el esceptomorfismo y el diseño plano



Imagen: Bene Ripoll

Aunque suene descabellado, la narración en diseño gráfico ayuda a un usuario entender lo que quiere decir una pieza gráfica. Una buena historia ayuda al usuario a comprender el producto

más fácilmente. Al momento de relatar una historia, podemos crear un personaje, a quien atribuimos una personalidad, y de allí crear una historia y un problema que finalmente se resuelve con el beneficio del producto.



Fuente: <https://www.crehana.com>

Diseños 3D

Los diseños 3D se convierten más reales y se le colocan texturas como vidrio, piel o plástico para generar aún más volumen.



Fuente: <https://www.the-artery.com>

Videos cortos

El triunfo de los GIFs animados ha dado paso a videos cortos y animados, que serán tendencia en 2020. Serán videos en bucle, divertidos y efectivos, que utilizarán las marcas para

conectar de un modo más original con su audiencia. Ilustraciones, logotipos y otros elementos gráficos se darán cita en este tipo de formato.



Fuente: Bannersnack.com

Un sistema de identidad corporativa

La utilización de elementos de diseño como unidad básica para gráficos, patrones y otras aplicaciones corporativas, marcará el próximo año. Nos referimos, por ejemplo, a un diseño que tenga como unidad base un cuadrado simple y a partir de ahí evolucione hacia otras formas, pero manteniendo la consistencia y esencia de la marca.



Fuente: Bannersnack.com

Técnica mixta

Combinación de diferentes medios gráficos, como mezclar imágenes con ilustraciones, o contrastes de colores para comunicar visualmente los mensajes.



Fuente: Bannersnack.com

Formas fluidas

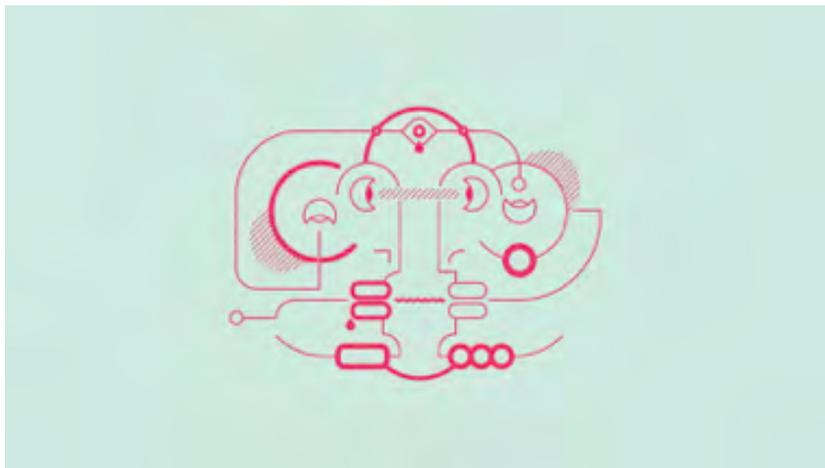
Las formas circulares y orgánicas se perciben como más suaves y amigables debido a la falta de ángulos duros. Quizás por eso ganen protagonismo en 2020, aplicándose a diseños de identidad corporativa, formas 3D y formatos audiovisuales. A veces con texturas brillantes y líquidas.



Fuente: <https://smoda.elpais.com>

Arte lineal

Creación de elementos a base de líneas, dándole un inicio y final sin pausas ni espacios de por medio.



Fuente: <https://wallhere.com/es/wallpaper/819774>

Collage de dibujos y fotos

Unir las fotografías con las ilustraciones para dar vida a las piezas gráficas.



Fuente: <https://elumina.me/blog/designer-creates-a-poster-a-day-for-each-day-of-the-year/>