



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Proyecto sobre el Diseño de un Reel creativo para laborar en medios visuales.

Patricio Andino⁽¹⁾ Ing. Edgar Salas (Director de tesis)
Escuela de Diseño y Comunicación visual (EDCOM)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
pandino@espol.edu.ec

Resumen

En el presente proyecto se da a conocer un producto innovador llamado Reel Creativo (Cd de video) dirigido a personas que van desde los 15 hasta los 30 años de edad ya sean hombres o mujeres que deseen incursionar en medios visuales. Destinando tres niveles de presentación tales como: Nivel Básico, Nivel medio y Nivel Avanzado.

No se puede obviar a las empresas jurídicas (productoras, canales de televisión) que cuentan con varios años de experiencia donde a través de las encuestas obtuvimos un 90% de afirmación al saber que no trabajan con Reels creativos al desconocer una empresa que se dedique a este servicio. En el caso de personas naturales se obtuvo como resultado un nivel de aceptación del 95%.

Se desarrolla el manual técnico describiendo el producto el cual es el Reel Creativo, enfocado a personas que estén interesadas en laborar en medios visuales, clasificando 3 niveles de aceptación los cuales incluyen 4 tipos de servicios: Descripción de la persona, mención de un producto, sketch, y sesión de fotos.

Mostrando el total de gastos operativos que alcanzan los \$60.220,00 para la inversión total del Reel Creativo, dentro de estos gastos operativos están incluidos los gastos de inversión inicial, capital de trabajo y publicidad. Encontradas a lo largo de la investigación para la futura puesta en marcha de la propuesta de elaboración de Reels creativos para laborar en medios visuales.

Palabras Claves: reel creativo, medios visuales, producto innovador.

Abstract

This project has released a breakthrough product called Reel Creative (Video CD) for people who range from 15 to 30 years of age both men and women who wish to venture into visual media. Assigning three levels of presentation such as: Basic Level, Intermediate level and Advanced Level.

You can skip to the law firms (producers, television channels) that have several years of experience where, through surveys we obtained a 90% claim to know that working with creative Reels to ignore a company that is dedicated to this service. In the case of natural persons was obtained as a result a level of acceptance of 95%.

It develops the technical manual describing the product which is the Reel Creative, focused on individuals interested in working in visual media, classifying 3 levels of acceptance which include 4 types of services: Description of the person, mention of a product, sketch and photo session.

Showing the total operating expenditures reaching \$ 60,220.00 total investment of Reel Creative, within these operating expenses are included initial capital expenditure, working capital and advertising. Found throughout the research for the future operation of the proposed development of Reels creative work in visual media.

Keywords: reel creative, visual media, innovative product.

1. Generalidades

El desarrollo de nuevos programas en medios visuales o la innovación de los mismos de acuerdo a las tendencias actuales requiere de gente que proyecte una imagen fresca, que transmita de forma natural la información que el público desea y sobre todo que al mercado meta al que se direcciona se sienta identificado con ellos; y es que un ejemplo claro es la realización de realities televisivos enfocados a la actuación, Sketch, mención de un tema específico donde se debe demostrar sus habilidades a través de castings personales y una vez seleccionados los clasificados perfeccionan sus habilidades con maestros.

Surgió la idea de ofrecer un servicio que origine un producto personalizado para personas que estén interesados y deseen conocer estas opciones de nivel artístico, aprendizaje, talento e integración. Tanto en la formación humana como en el desarrollo de su talento creativo e innovador se requiere optimizar el tiempo de prueba del interesado/a al asistir a las grandes productoras y canales de televisión.

Planteamiento del problema

La falta de conocimiento y aprendizaje a ocasionado a las pequeñas Productoras tratar de abaratar costos en producciones debido a ciertos factores como escasa disponibilidad de equipo técnico, costos de producción y esencialmente actores que no están capacitados suficientemente para poder realizar el desempeño del roll en la televisión; ya sea por actuación, locución, presentación, etc.

Justificación

Teniendo en cuenta el enorme potencial artístico y creativo de las personas, con su capacidad de poder aprender durante y después del Reel creativo tenemos como base tres niveles de presentación:

1. **Nivel básico:** es la persona que cumple con la formación de un principiante para la televisión.
2. **Nivel medio:** es la persona que ha desempeñado pocas veces la participación dentro de un set de tv.
3. **Nivel avanzado:** es la persona capaz de desempeñar cualquier participación dentro de un set de tv y que a su vez ha trabajado en varias productoras y canales de tv.

4. El Reel creativo (Cd de video) contendrá 4 servicios:

1. **Descripción de la persona:** descripción y características de la persona frente a la cámara para perder el miedo.
2. **Mención de un producto:** es la participación del personaje frente a la cámara diciendo una frase corta o larga dependiendo el producto.
3. **Sketch:** es la participación del personaje desarrollando su potencial al 100% haciendo una breve actuación frente a la cámara.
4. **Sesión de fotos:** es un conjunto de imágenes en diferentes posiciones interactuando el / la modelo ante el fotógrafo.

2. Investigación de Mercado

Objetivos de la Investigación

- **OBJETIVOS GENERALES**
 - Determinar la existencia de un nicho de mercado para el producto en el mercado.
 - Identificación de las oportunidades de mercado para la oferta del producto.
 - Definición del segmento de mercado para el producto.
- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**
 - Determinación de gustos y preferencias del cliente potencial.
 - Frecuencia de compra, hábitos de compra del mercado meta.
 - Percepción del cliente con respecto al producto, posibilidades de sustitución.
 - Lugares o sitios donde el cliente podría comprar el producto.

Mercado meta

Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

Grupo Objetivo

El grupo objetivo es el conjunto a quien va dirigido el Reel Creativo, nuestro grupo objetivo corresponde a las clases sociales media, media alta y alta de

Guayaquil, hombres y mujeres que tengan un rango de edad de los 15 – 30 años.

A continuación veremos seis preguntas que fueron de suma importancia sobre las características, preferencias y necesidades de las personas y empresas en lo que a creación de Reels creativos para personas interesadas en ingresar a medios visuales se refiere:

Análisis de los resultados personas naturales

Pregunta 1.- Al grabar su Reel creativo le gustaría que se destaque:

Dicho criterio queda comprobado que lo que más se destaca es la Apariencia (53%); mientras quedan en segundo plano la facilidad ante las cámaras (27%); y Dominio Escénico (20%).

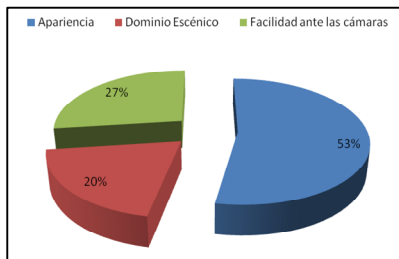


Gráfico 2-1: Habilidades del usuario

Pregunta 2.- ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un Reel creativo?

En la ciudad de Guayaquil el 78 % de los encuestados, están dispuestos a pagar \$100,00; mientras que en \$ 150,00 (12 %) y otros precios como \$ 200,00 (8 %), y pocos como \$ 300,00 (2%) están dispuestos a pagar por un Reel.

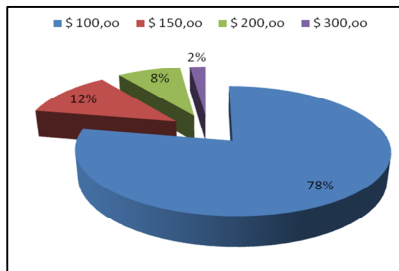


Gráfico 2-2: ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un Reel creativo?

Pregunta 3.- ¿Le gustaría que su producto, servicio que brinda sea elaborado por medio de un Reel creativo?

En la ciudad de Guayaquil el 95 % de las personas encuestadas están interesadas en que su producto o servicio sea elaborado por medio de un Reel creativo; mientras que el 5% del resto de las personas no lo estuvieron.

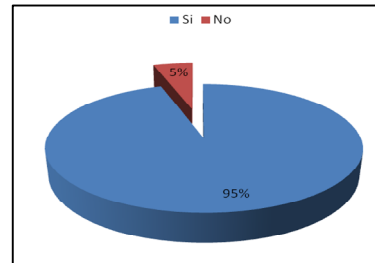


Gráfico 2-3: ¿Le gustaría que su producto, servicio que brinda sea elaborado por medio de un Reel creativo?

Análisis de los resultados personas jurídicas

Pregunta 4.- ¿Las personas que deseen trabajar en medios visuales deben tener preparación?

El 67 % de las Empresas encuestadas estipularon que si es muy necesario tener preparación; mientras que el 23% de las Empresas indican no tener problema con una preparación intermedia; y el resto del 10 % de las empresas no dan importancia a la preparación de las personas que deseen trabajar en medios visuales.

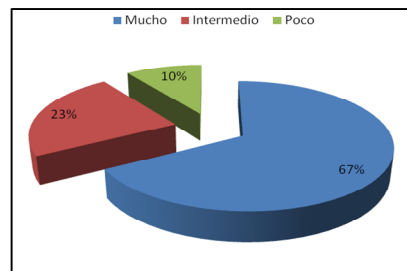


Gráfico 2-4: ¿Las personas que deseen trabajar en medios visuales deben tener preparación?

Pregunta 5.- Considera que la creación de Reels creativos para su empresa es:

El 64 % de las Empresas encuestadas importante; mientras que el 26% de las Empresas les pareció muy importante; el 8 % de las Empresas les pareció poco importante; y el 2% de las Empresas les pareció nada importante.

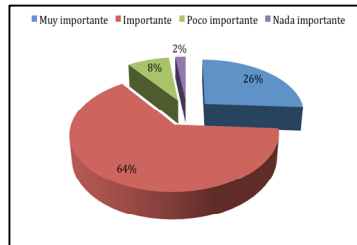


Gráfico 2-5: Considera que la creación de Reels creativos para su empresa es:

Pregunta 6.- ¿Su empresa ha trabajado con Reels creativos?

El 90% de las Empresas encuestadas no han trabajado con Reels creativos mientras que el 10% asegura haber trabajado con este tipo de servicio. Obteniendo como resultado que hay una mayor aceptación por parte de las empresas para adquirir este innovador producto.

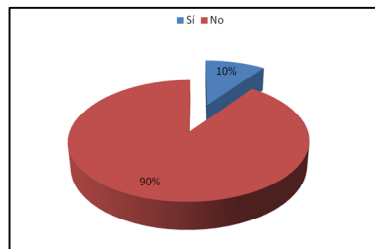


Gráfico 2-6: ¿Su empresa ha trabajado con Reels creativos?

Estimación de la oferta

La estimación de la oferta se ha realizado en base a dos tipos de clientes que se tendrán. En el caso de personas naturales, la oferta potencial se determina según el nivel de aceptación de la productora en el medio, según el estudio de mercado realizado el 95% de la población objetivo se muestra dispuesta a contratar.

3. Manual Técnico

Nombre del producto

El nombre Reel es una palabra de origen Americano y significa carrete, el nombre Creativo es una palabra de origen latín *crecere* que significa crear de la nada, este nombre fue elegido mediante un análisis que buscaba unificar en una palabra la idea que la empresa quiere proyectar. Con su significado se refiere al servicio como un Reel de ideas que cubre las necesidades de

los medios visuales haciéndolos creativos y personalizados.



Imagen 3-1: Logotipo

Colores

Estos cuatro colores fueron seleccionados por ser complementarios dentro de la rueda cromática, y debido a esto generan impacto visual y por consiguiente, aceptación en el posible consumidor.

	C	M	Y	K
C	0	0	0	0
M	50	0	0	0
Y	100	0	0	100
K	0	0	100	0

Imagen 3-2: Composición CMYK de los colores de la portada del Reel Creativo

Papelería

➤ Hojas membretadas

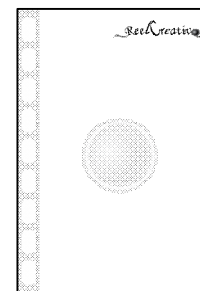


Imagen 3-3: Hojas membretadas

➤ Sobres

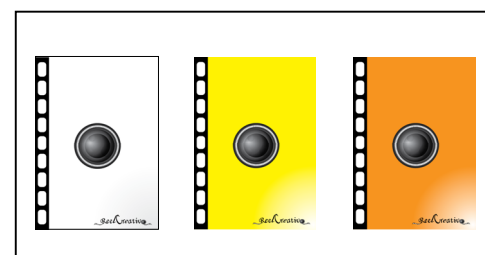


Imagen 3-4: Sobres

Descripción del Reel Creativo

Es un producto innovador el cual sirve de ayuda a personas interesadas en laborar en medios visuales; adquiriendo un nivel de presentación dividido en tres niveles como son: Básico, Medio y Avanzado.

Esto quiere decir que al recibir el producto el cual es el Reel Creativo (Cd de video) las Productoras o Canales de Televisión, optimizarán el tiempo de prueba a través de nuestro servicio, descubriendo directamente el potencial de la persona en realizar castings, sesión de fotos, mención de productos, etc.

Pre Producción

Se refiere a las actividades previas al rodaje, como la elaboración de un presupuesto, planificación y otros preparativos. El periodo de preproducción puede llegar a durar un mes en el caso de una película, o sólo una semana si se trata de un episodio para una comedia de situación o piezas de publicidad. Las tres personas claves en este proceso son el jefe de producción, el director y el director de casting.

Descripción de la persona

Story board (pre producción)



Imagen 3-5: Storyboard/ Descripción de la persona

Mención del producto

Story board (pre producción)



Imagen 3-6: Storyboard/ Mención del producto

Sketch

Story board (pre producción)

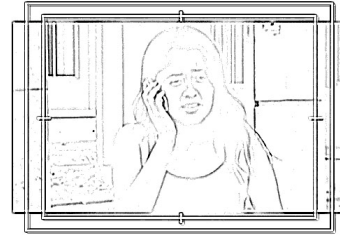


Imagen 3-7: Storyboard/ Sketch

Sesión de fotos

Story board (pre producción)



Imagen 3-8: Storyboard/ Sesión de fotos

Producción

Se divide el guión en escenas y cada escena se graba desde una serie de ángulos. Se llama plano maestro o de situación al más amplio, el que incluye toda la acción. También se ruedan otros planos con tomas más cercanas de los actores, algunas veces en grupos y casi siempre una toma de cada actor solo. El orden de grabación de las escenas no se corresponde con el de la progresión de la historia, sino que se organiza según su conveniencia, para hacer la producción más eficiente. La película se monta durante la post-producción.

Descripción de la persona

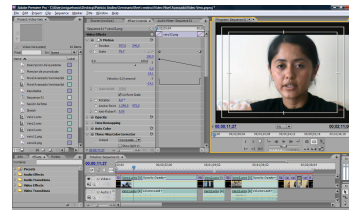


Imagen 3-9: Producción/ Descripción de la persona

Mención del producto

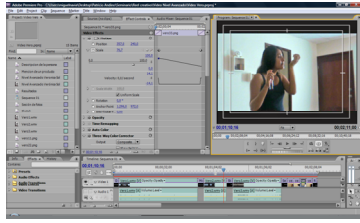


Imagen 3-10: Producción/ Mención de un producto

Sketch

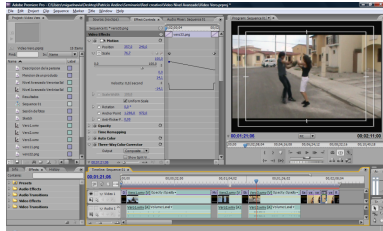


Imagen 3-11: Producción/ Sketch

Sesión de fotos

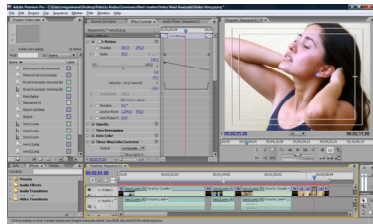


Imagen 3-12: Producción/ Sesión de fotos

Post Producción

Empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el programa está listo para que la cadena lo emita. Las dos partes fundamentales de la post producción son la edición, o montaje, de la grabación en vídeo y la creación de una banda sonora completa.

Descripción de la persona

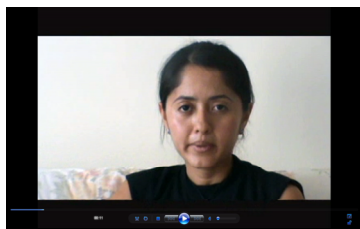


Imagen 3-13: Post Producción/ Descripción de la persona

Mención del producto



Imagen 3-14: Post Producción/ Mención de un producto

Sketch

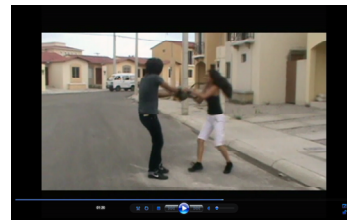


Imagen 3-15: Post Producción/ Sketch

Sesión de fotos

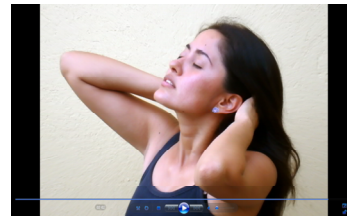


Imagen 3-16: Post Producción/ Sesión de fotos

Localización

Se propone ubicar la agencia en el sector norte de la ciudad, específicamente en la ciudadela Alborada, etapa 11 Mz. 12 Villa 18, diagonal a almacenes Kimsa en la Av. Benjamín Carreón. El local a alquilar cuenta con un área de 110m² y resulta un punto de ubicación estratégico debido a que es un sector de desarrollo empresarial relacionado al target seleccionado.



Imagen 3-17: Ubicación local mediante Google Earth

4. Estudio Financiero

Sueldos y Salarios

A continuación se detallan los sueldos y salarios del personal que integrará la empresa:

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	SALARIO ANUAL
PRODUCTOR	\$ 1.000,00	1	\$ 12.000,00
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	\$ 600,00	1	\$ 7.200,00
SECRETARIA CONTABLE	\$ 300,00	1	\$ 3.600,00
DIRECTOR DE ARTE	\$ 500,00	1	\$ 6.000,00
AUXILIAR DE DISEÑO	\$ 300,00	1	\$ 3.600,00
GUARDIAN	\$ 280,00	2	\$ 6.720,00
CONSERJE	\$ 250,00	1	\$ 3.000,00
TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS			\$ 42.120,00

Tabla 4-1: Sueldos y salarios

Gastos

En base a los valores detallados se presenta el siguiente cuadro de resumen:

GASTOS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 24.350,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.030,00
TOTAL GASTOS INV. INICIALES	\$ 25.380,00
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$ 42.120,00
GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	\$ 1.920,00
GASTOS DE ALQUILER	\$ 4.800,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 11.380,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 60.220,00

Tabla 4-2: Inversión Total Proyecto

Presupuesto de Ingresos

La ciudad de Guayaquil tiene un estimado de 2'787.738 habitantes, de las cuales el 97.3% vive en zonas Urbanas y apenas un 2,7% vive en zonas rurales según datos del INEC. Es decir que nuestro universo como ya se menciona en el capítulo dos lo representan el 97.3% de las cuales el 64% tiene edades entre los 15 – 64 años y es de clase media a alta, es decir 1'735.980. Se estimará una demanda futura del 0.001%, es decir ni el 1% anual.

De acuerdo a los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas, se estimó que el valor promedio para la elaboración de un Reel creativo sería de 100.00 USD con un incremento anual inflacionario del 8%. (Ver Anexo A y B)

5. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- El 95% de los encuestados entre las personas naturales se encuentran dispuestos a contratar nuestros servicios.
- El 90% de los encuestados que corresponden a personas jurídicas muestran mayoría de aceptación para contratar nuestros servicios.
- De acuerdo al estudio económico se pudo determinar que a partir del segundo año de funcionamiento se recupera la inversión total para la puesta en marcha del negocio.

Limitaciones de Estudio

En el proyecto no se consideró la posibilidad de llegar a ofrecer los servicios del Reel creativo para determinar niveles frente a las cámaras a clientes fuera de la ciudad de Guayaquil, considerando que existen algunas ciudades en el país como Quito, Cuenca, Manta, entre otras que cuentan con sectores sociales pudientes y que representarían para la empresa una buena oportunidad de negocio.

Recomendaciones

- Se recomienda invertir más recursos en las investigaciones de mercado, con la finalidad de obtener información más detallada y precisa sobre la situación del cliente potencial.

- Finalmente el proyecto tiene toda para ganar, considerando la población de Guayaquil que esta alrededor de los 3 millones de habitantes y de los cuales el 97,3% viven en zonas urbanas, añadiendo que el 64% tiene edades que bordean los 15 a 64 años y representan la población económica media –alta. Se pudo determinar que se cuenta con una cartera de clientes que supera el millón y medio de habitantes.

Anexos

Anexo A. Ingresos por producción de Reels Creativos

INGRESOS POR PRODUCCIÓN DE REELS CREATIVOS						
EN USD						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pax presupuestadas						
	1'735.000,00					
Ocupación diaria						
	3					
Demanda de Usuarios						
	240					
		720	778	840	907	960
		\$ 100,00	\$ 108,00	\$ 116,64	\$ 125,97	\$ 136,05
INGRESOS						
a) Ingresos		\$ 72.000,00	\$ 83.980,80	\$ 97.955,21	\$ 114.254,95	\$ 133.266,98
Total de Ingresos		\$ 72.000,00	\$ 83.980,80	\$ 97.955,21	\$ 114.254,95	\$ 133.266,98

Anexo B. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	72000	83980,80	97955,21	114254,95	133266,98
(-) Costo de Prod/ Vendido	-5000,00	-5400,00	-5832,00	-6298,56	-6802,44
UTILIDAD BRUTAS	67000	78580,8	92123,21	107956,39	126464,53
Maquinarias y equipos	24350	0,00	0,00	0,00	0,00
Const. Compania	1030	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquiler Local	4800	6480,00	6998,40	7556,27	8162,93
Servicios Básicos	1920	4017,60	4339,01	4686,13	5061,02
Publicidad	11380	5946,00	5773,68	6035,57	6734,42
Sueldos y Salarios	42120	63750,37	63750,37	63750,37	63750,37
Total Costos Operacionales	85600	79593,97	80861,46	82230,35	83708,74
Utilidad Operacional	\$ (18.600,00)	\$ 4.386,83	\$ 17.093,75	\$ 32.024,60	\$ 49.558,24

Bibliografía

Tenlg. Julio Bayona. Productor de Planta

Lcdo. Roberto Aguilar. Director de arte independiente

INEC

www.inec.gov.ec

Fecha de consulta: Diciembre de 2009

Municipalidad de Guayaquil

www.guayaquil.gov.ec

Fecha de consulta: Noviembre de 2009

Productora Tv Digital

www.tvdigital.com

Fecha de consulta: Diciembre de 2009

Productora JW Producciones

www.jwproducciones.com

Fecha de consulta: Enero de 2010

Productora Provoca

www.provoca.com.ec

Fecha de consulta: Enero de 2010