

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Escuela de Diseño y comunicación Audiovisual**

Video Promocional Yanapay

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciada en Diseño y Producción Audiovisual**

**Presentado por:**

Gabriela Michelle Peralta Potes

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2018

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto lo dedico primero a Dios por darme la vida y este deseo de superación para enfrentar cada obstáculo que se me presentaba. Él mi primer amor.

Seguido se lo dedico a toda mi familia que ha estado siempre apoyándome en especial a mis padres, por sus consejos y enseñanzas lo que me han ayudado a elegir el mejor camino.

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi más sincero agradecimiento a Espol por abrirme sus puertas y ser parte de esta gran familia, lo que a lo largo de estos años me permitió adquirir la mayor parte de conocimientos que hoy en día tengo. Ayudándome a construir tanto mi formación personal como profesional. Y a mis padres por su ayuda incondicional en cada momento durante toda mi carrera.

## DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Gabriela Michelle Peralta Potes doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

  
Gabriela Peralta Potes

## EVALUADORES



---

**Msc, Ronald Villafuerte**  
PROFESOR DE LA MATERIA



---

**Msc, Daniel Castelo**  
PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

Este proyecto fue realizado con la finalidad de dar a conocer los diferentes cursos, seminarios, y talleres que oferta la institución Yanapay S.A. sobre la educación continua para el área médica.

Se realizó videos promocionales con el propósito de dar a conocer los cursos para ampliar el mercado al cual eran dirigidos, y a su vez potenciar el curriculum de los participantes que tomaban el programa.

Para el rodaje de los mismos fue necesario contactar a los instructores, a quienes se realizó entrevistas, para el cual facilitaron información sobre los contenidos a tratar en dichos cursos.

Además se captaron diferentes escenarios donde muestra la metodología que se utiliza durante el proceso de capacitación a los diferentes cursos y talleres.

Por medio de este proyecto integrador se logró resolver la falta de comunicación que tenía la empresa hacia la comunidad sobre los beneficios que prestaba el mismo.

**Palabras Clave:** educación continua, Prevención, Primeros Auxilios, promocional

## **ABSTRACT**

*This project was carried out in order to publicize the different courses, seminars, and workshops offered by the institution Yanapay S.A. about continuing education for the medical area.*

*Promotional videos were made in order to publicize the courses to expand the market to which they were directed, and in turn enhance the curriculum of the participants who took the program.*

*For the filming of the same it was necessary to contact the instructors, who were interviewed, for which they provided information on the contents to be treated in those courses.*

*In addition, different scenarios were captured showing the methodology used during the training process for the different courses and workshops.*

*Through this integrative project it was possible to resolve the lack of communication that the company had towards the community about the benefits that it offered.*

**Keywords:** *Continuing education, Prevention, First Aid, promotional*

# ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
ABSTRACT .....	II
ÍNDICE GENERAL .....	III
ABREVIATURAS.....	IV
SIMBOLOGÍA.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
CAPÍTULO 1 .....	8
1. Introducción.....	8
1.1 Descripción del problema .....	9
1.2 Justificación del problema .....	9
1.3 Objetivos .....	9
1.3.1 Objetivo General.....	9
1.3.2 Objetivos Específicos .....	9
1.4 Marco teórico.....	10
CAPÍTULO 2 .....	11
2. Metodología.....	11
CAPÍTULO 3 .....	12
3. Resultados Y ANÁLISIS .....	12
CAPÍTULO 4 .....	13
4. Conclusiones Y RECOMENDACIONES.....	13
Conclusiones.....	13
Recomendaciones.....	13
BIBLIOGRAFÍA .....	14
ANEXOS.....	15



# ABREVIATURAS

**ESPOL:** Escuela Superior Politécnica del Litoral

**RAM:** Random Access Memory

**HD:** High defenition

**PHTLS:** Prehospital Trauma Life Support

**AVA:** Abordaje de la vía aérea

**BLS:** Basic Life Support

**ACLS:** Advanced cardiac life support

**NAEMT:** National Association of Emergency Medical Technicians

# SIMBOLOGÍA

**mm:** Milímetro

**gb:** Gigabyte

**db:** Decibeles

## ÍNDICE DE FIGURAS

Fotografía 1. Planificación de planos .....	15
Fotografía 2. Configurando cámaras para un óptimo rendimiento.....	15
Fotografía 3. Centro de entrenamiento del curso PHTLS.....	15

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Equipo técnico y gastos de producción.....	12
--	----

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

Siendo la comunicación un factor fundamental en el campo del marketing empresarial, se consideró los vídeos promocionales como la mejor herramienta de comunicación, para transmitir el mensaje de forma eficaz y efectiva.

De este modo, durante el desarrollo de este proyecto integrador se tomó en cuenta las nuevas tecnologías y formas de comunicación que tiene la sociedad hoy en día, apuntando hacia las nuevas tendencias de consumo online, dándonos como resultado que el 80% de este recurso será en formato video.

El móvil tiene mucho que ver en este hecho, ya que el uso de Smartphone contribuye al aumento del consumo del vídeo online y los usuarios pasan actualmente una media de 5 horas al día en sus dispositivos móviles, lo que significa que debemos aprovechar este medio para desarrollar estrategias de marketing creativo y que realmente conecten con nuestros usuarios.

Al realizar videos promocionales tomamos en cuenta las preferencias del público objetivo al que nos dirigimos para darle una forma creativa e impactante aquello que queremos dar a conocer, por medio de una combinación óptima de imágenes, sonidos, textos y otros recursos audiovisuales para obtener un vídeo que transmita de la mejor forma posible el mensaje a los futuros participantes.

## **1.1 Descripción del problema**

La empresa YANAPAY fue creada para la formación continua de los prestadores de servicios médicos, estos son: médicos, paramédicos, enfermeros, entre otros prestadores de servicios tanto en el área pre-hospitalario como primeros respondedores de la salud, a pesar de la necesidad de capacitación constante de esta área, no se podía llegar a todo el mercado interesado en este tipo de servicios por lo cual hacía falta una estrategia publicitaria distinta para llegar a los diferentes sectores donde se encuentran los prestadores de servicios médicos.

## **1.2 Justificación del problema**

Partiendo desde la investigación secundaria proporcionada por encuestas online donde como resultados arroja que las personas pasan un tiempo considerable con sus teléfonos Smartphone donde el 80% del tiempo lo usan viendo videos como documentales, informativos, chistes entre otros; al realizar estos videos promocionales se estima llegar al mercado al que se está dirigido, y captar un mayor número de participantes, versus los talleres y cursos dictados anteriormente.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

1. Desarrollar vídeos promocionales mediante una investigación a la audiencia con la finalidad de alcanzar los objetivos publicitarios a través de plataformas online y redes sociales.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Incrementar el número de participantes en los cursos, talleres y seminarios dictados por la empresa.

## **1.4 Marco teórico**

La publicidad en la televisión comenzó influenciada por la que se llevaba realizando en la radio. La evolución de la técnica permitió un desarrollo de la creatividad publicitaria dando lugar a diferentes formatos de publicidad convencional televisiva.

Los 80 fueron años de eclosión de la creatividad y si podemos ponerle fecha al gran momento del video marketing, no puede ser otra que la aparición de Apple en la escena informática. En la actualidad la producción de videos corporativos en internet es una de las tendencias del video marketing.

Los videos también ayudan a atraer tráfico de búsqueda del producto o servicio de los posibles consumidores y/o clientes. En este estudio, Forrester Research afirma que los videos tienen 30 veces más de posibilidades de aparecer en la primera página de resultados que un contenido convencional.

Gracias a los nuevos medios sociales que han replanteado el marketing, los videos se lograron convertir en una parte integral de cualquier estrategia de marketing exitosa. La promoción a través de videos, ayuda a fortalecer las diferentes señales que se están enviando a tus clientes.

El éxito de una campaña publicitaria con videos requiere el apoyo de todos tus otros canales de comercialización. Compartir videos en cuentas de Facebook, Instagram y YouTube contribuyen a la estrategia global de marketing y permite mantener su compromiso con el consumidor.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. METODOLOGÍA**

Como todo proyecto audiovisual, la realización de estos videos promocionales comenzaron con la Pre-producción, durante esta etapa se acordó una reunión con el área de marketing y ventas de la empresa Yanapay para saber cómo estaban llevando la comunicación sobre la información de los cursos que ofertaban, luego de obtener dicha información se planificó un plan de rodaje en base a los contenidos de los mismos para que cada grupo de participantes a los que nos dirigimos lleguen a obtener información específica y así muestren interés hacia ellos.

Para el rodaje de los videos se aprovecharon las locaciones y a los participantes mientras recibían las clases y hacían sus prácticas en el campo para hacer las respectivas grabaciones en diferentes situaciones. Lo que nos obligó a buscar soluciones de grafica en cada grabación así también de cuidar los cambios de luz debido al sol, ya que hubo partes grabadas en exteriores. También se realizaron entrevistas a los instructores de los cursos donde se les hizo preguntas sobre la metodología de enseñanza y los contenidos de los cursos.

En la post Producción se eligió las mejores tomas donde mostraban la ejecución de cada ejerció realizado durante los cursos y las instrucciones que daban los instructores a los participantes. Al hacer la edición y el montaje se hizo uso de animaciones para graficar cierta información adicional necesaria para complementar los videos.



## CAPÍTULO 3

### 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Al ser una empresa nueva en el mercado y no contar con material propio se generó piezas audiovisuales para ser difundidas en medios online con la intención de tener una alta repercusión, de esta manera llegar a contactarse con un mayor número de profesionales del área médica y reducir costos de difusión para la empresa.

#### Presupuesto

Pre-Producción	Especificaciones	Días	Costo Total
Guionización		5	\$600
Localización	Escenarios propios de la empresa		--
Camara y material técnico		5	\$1150
Equipo Técnico		5	\$1500
Sonido y Música		2	\$500
Edición		10	\$1000
Animación		5	\$500
<b>Gastos de Producción</b>			
Logística y transporte		5	\$200
Alimentación		5	\$100
Gastos Varios			\$200
<b>Total</b>			<b>\$5750</b>

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

En la elaboración de una pieza audiovisual, se necesita una previa planificación de los procesos que se ejecutan durante el rodaje de la misma para lograr obtener una pieza final de calidad.

Por lo tanto, se debe cuidar cada paso de en la ejecución para poder garantizar el máximo grado de calidad al finalizar el proyecto. Durante el rodaje de proyectos audiovisuales los imprevistos generan inconvenientes, en caso de no poder prevenirlos.

Gracias a la elaboración de este proyecto, hemos logrado conocer el proceso complejo que conlleva realizar un promocional con pocos recursos.

La elaboración de los videos promocionales ha sido una experiencia gratificante ya que refleja la importancia de contar con una buena estrategia publicitaria.

### Recomendaciones

Contar con un plan de rodaje completo, que servirá como guía en momentos cuando un imprevisto aparezca.

Tomar en cuenta para los rodajes en exteriores los diversos factores que influyen y afectan a la narrativa de la historia, ya que el clima puede ayudar como perjudicar el desarrollo del proyecto.

Estar abierto a sugerencias de personas externas al proyecto ayuda a tener una perspectiva diferente del proyecto.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Susana Albares. El poder del video. 2018, de puro marketing Sitio web: <https://www.puromarketing.com/10/18484/poder-video-razones-para-utilizar-video-marketing.html>

Eloy Montaña . (30 junio, 2016). Cómo usar el vídeo promocional para convencer a tu audiencia. 2018, de Vídeo Marketing Sitio web: <http://increnta.com/es/blog/video-promocional/>

Ericson Da Silva. (2018). Video Marketing: Todo lo que necesitas saber. 18, de marketeros Hoy Sitio web: <https://marketerosdehoy.com/marketing/video-marketing/>

## ANEXOS



Fotografía 1. Planificación de planos



Fotografía 2. Configurando cámaras para un óptimo rendimiento



Fotografía 3. Centro de entrenamiento del curso PHTLS