

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL**

TEMA

**“PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA
PILOTO SOBRE VIDEOJUEGOS “MAXTOP” PARA LA
PROVINCIA DE LOS RÍOS”**

MANUAL DE DISEÑO

AUTORES

**DALIA AGUILAR VACACELA
WILLIAM ARTEAGA CUEVA**

DIRECTOR

MAE. EDGAR SALAS LUZURIAGA

**AÑO
2014**

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a todos quienes estuvieron vinculados de alguna manera al desarrollo de este proyecto. A Tania y a Ricardo por ayudarnos con el programa y a todos aquellos que aportaron con un granito de arena a este importante trabajo.

El más amplio agradecimiento a mi esposa Dalia Aguilar Vacacela por ser no solo mi compañera en este proyecto, sino mi vida y el pilar fundamental que me sostiene.

También quisiera agradecer al Ing. Alejandro Aguilar y a su familia, por las valiosas aportaciones que nos permitieron mejorar el presente proyecto.

Y desde luego, agradezco a Dios por ser luz y guía en mi camino, al invaluable apoyo e inspiración que generaron mis padres, hermanos y amigos, a quienes siempre tengo presente. Finalmente a mis maestros proveedores del conocimiento.

A todos, mi mayor reconocimiento y gratitud.

William R. Arteaga Cueva

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primera instancia a mi padre celestial Dios, quien hace posible que mi vida continúe de la mejor manera, siempre llena de felicidad y bendiciones.

Mis padres quienes siempre apoyan cada paso que doy aunque a veces no sean los más acertados. A mis hermanas Denisse y Dámaris quienes con su inocencia y energía alegran cada momento.

A mis abuelos quienes compartieron conmigo su tiempo y experiencias durante mis estudios en la licenciatura, en especial a mi abuelo Franklin quien a pesar de su carácter me apoyó en algunas situaciones complicadas.

Gracias a mí querido esposo William por aceptar ser mi compañero en este proyecto y motivarme cada mañana para no desmayar y seguir adelante.

Gracias a mis amigos por la ayuda brindada, a Tannya y Ricardo por aquella larga jornada y en especial a mi amiga de toda la vida Sandra Sánchez, quien con su carisma y buen corazón hacen que cada día sea especial.

A todos, mi gran afecto y gratitud.

Dalia Lissette Aguilar Vacacela

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo a mis abuelas **Sara Arteaga e Irene Cueva** por ser mujeres luchadoras y maravillosas; merecen el trofeo más grande que esta vida pudiera ofrecer.

También dedico este trabajo a mis padres y hermanos, por el apoyo incondicional y el consejo sabio y oportuno, a ellos dedico cada día de mi esfuerzo para lograr lo que hoy soy y ofrezco.

A todos aquellos que son movidos por un gran amor a la vida y a la naturaleza; a Insertcoint en España por dar 6 años de vida a los mejores videojuegos de aquella época; también a aquellos que están convencidos de que un mundo mejor es posible si se tienen los conocimientos para ayudar y el corazón para vencer.

A todos ustedes dedico el producto de mi esfuerzo.

William R. Arteaga Cueva

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi hermana Diana quien es una mujer luchadora a la que admiro mucho y es ejemplo a seguir. Nuestra infancia fue inigualable y espero algún día compartir tanto tiempo como cuando éramos niñas La distancia nos separa, pero siempre te llevo en mi corazón.

Dalia Aguilar Vacacela.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, corresponde exclusivamente a los autores del proyecto; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica Del Litoral.

**FIRMA DEL DIRECTOR
Y MIEMBRO DE LA MATERIA DE GRADO**

p. 

Mae. Edgar Salas Luzuriaga

**PROFESOR DE LA MATERIA
DE GRADUACIÓN**



MSc. Antonio Moncayo

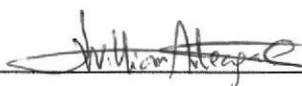
PROFESOR DELEGADO

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME
DE MATERIA DE GRADUACIÓN**



A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'Dalia Lissette Aguilar Vacacela', is written over a horizontal line. The signature is fluid and somewhat stylized, with the first letter 'D' being particularly large and prominent.

Dalia Lissette Aguilar Vacacela



A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'William Ricardo Arteaga Cueva', is written over a horizontal line. The signature is more compact and less stylized than the one above, with the first letter 'W' being prominent.

William Ricardo Arteaga Cueva

RESUMEN

En la actualidad los videojuegos significan toda una revolución en el área del entretenimiento y desarrollo de ciertas habilidades, donde los usuarios no tienen distinción de edad ni clase social. Ecuador no está alejado de esta tendencia, la demanda de videojuegos ha dado paso a un sinnúmero de negocios, y por ende a un incremento en la competencia del mercado. En el país existen algunas empresas dedicadas a la comercialización de videojuegos, donde se invierten grandes cantidades de dinero para el proceso de los mismos. Muy pocas empresas como Blue Lizard Games y TrashBot Studios se dedican al desarrollo de éstos en el país de acuerdo a los datos de la oficina Comercial de ProChile en Ecuador.

Según la Lic. Andrea Rodríguez, desarrolladora del sitio web “ecuagamers” que cuenta con datos estadísticos de encuestas a ecuatorianos, a partir del 2010 existe un mayor consumo de videojuegos bajo cualquier plataforma desde teléfonos celulares hasta consolas. Debido a esta creciente demanda de personas interesadas en el ámbito, se han creado revistas y cientos de sitios web donde se adquieren trucos, noticias, tendencias y todo lo referente a este tema. Pero el acceso de estos medios no llega a toda la comunidad, debido a que el internet y las revistas tienen un valor que muchos no pueden costear. Como prueba de aquello los datos del INEC en el año 2010 con una proyección hacia el 2013 demuestran que solo el 31% de ecuatorianos tienen acceso a la computadora y 26% al uso de internet. Actualmente existen segmentos en televisión o programas muy cortos donde desarrollan este tema, los cuales son básicos y poco informativos.

Basado en lo anteriormente expuesto nace la idea de realizar un programa televisivo sobre videojuegos que tiene como objetivo guiar y mantener informadas a aquellas personas interesadas en el tema con las últimas noticias, lugares de adquisición, exposiciones, ferias, etc. Adicionalmente comunicar e incrementar el interés por esta forma de arte, llamando así, la atención a nuevos y futuros espectadores de este amplio mundo.

El programa “MAXTOP” tendría una duración de 25 minutos, los cuales estarían divididos en noticias, entrevistas, análisis y avances. La conducción se plantea ser manejada de dos presentadores.

El objetivo de este proyecto es poder determinar la factibilidad de crear, implementar y transmitir el programa piloto por medio del canal Tropical TV en la provincia de Los Ríos.

Se elaboró un estudio de mercado con la finalidad de conocer las opiniones sobre el producto y de la competencia, así como su aceptación en el medio. Además de buscar estrategias para lograr captar más aceptación en los televidentes, se realizó también un análisis metodológico acerca de los programas de televisión nacional sobre videojuegos y la aceptación de estos por parte de las personas; para poder innovar y estar a la par con las exigencias de los consumidores.

El sistema de encuestas elaborado con el fin de determinar las preferencias y necesidades de las personas que gustan del tema de los videojuegos, dio a conocer que

el 90% de las personas encuestadas respondieron que si estarían dispuestos a ver un programa sobre videojuegos para televisión, mientras que un 10% no optaría por verlo, sino buscar información por otros medios.

De acuerdo al estudio realizado no existe una competencia directa en el mercado al cual se desea ingresar. El proyecto cuenta con un mercado casi perfecto, aunque éste debe estar bien estructurado para competir con posibles programas a futuro. De modo que éste se elaboró para adaptarse a los gustos y necesidades de los televidentes, y también con una oferta eficaz para estar a un paso delante de futuros competidores.

Una posible competencia indirecta está determinada por aquellos medios que ofrecen información sobre videojuegos, pero que no son programas de televisión. En ese sentido es el Internet. La mayoría de las personas encuestadas encuentran información en páginas Web. De acuerdo a la investigación, pocas personas conocen acerca de programas de televisión sobre videojuegos, por lo que encuentran más accesible buscar información o ver videos en el Internet.

De acuerdo a las encuestas, el 75% de las personas indican que adquieren información sobre videojuegos a través de páginas web, frente al 8% que ve información por televisión. Estos datos permitieron reconocer que una competencia importante indirecta es el internet. Sin embargo el 90% de los encuestados están dispuestos a ver un programa por televisión, lo que motivó a continuar con el desarrollo del proyecto considerando los aspectos más idóneos para lidiar con la competencia. Además que el índice de personas que tienen acceso a internet en la provincia de los Ríos es sólo del 5% según datos del INEC.

Podría existir una cantidad de personas que tengan acceso a la televisión pagada por tal motivos también a ver programas como: Joystikeros, Cybernet, Juega Conmigo. Sólo este último se transmite por televisión nacional en el canal 36 UHF, pero no de manera abierta para la ciudad de Babahoyo. Además el porcentaje de población que cuenta con este sistema es bajo. Según el INEC en el último censo realizado en el 2010, sólo el 16,9% de los habitantes en la provincia de Los Ríos tienen acceso a televisión por cable.

Dentro del target al cual va dirigido el programa, se encuentran jóvenes entre edades de 16 a 30 años.

También se puede destacar que existe la posibilidad de transmitir por medio del canal Tropical TV. Que no tendría mayor costo debido a que se cuenta con algunos recursos propios para su producción y el costo a futuro, en caso de transmisión, puede estar cubierto con un acuerdo de coproducción. Además se encuentran puntos a favor para el programa MAXTOP y su posible buena acogida por los televidentes objetivos.

La estructura del programa constará de varios segmentos de acuerdo a las prioridades y temas de actualidad sobre videojuegos, con apertura para ir incrementando otros segmentos, de acuerdo a la evolución del programa.

El equipo humano encargado de la producción del programa estará guiado por un productor, quien será el encargado de dirigir la producción general. El guión técnico, la escenografía, la toma, el manejo de los contenidos y el dinamismo de los presentadores

son los elementos claves que harán de este programa completo y competitivo en el mercado.

MAXTOP será un programa semanal de videojuegos que no requiere de una producción muy elaborada en términos técnicos. Se necesita de un presupuesto para cubrir los diferentes gastos implicados como gastos iniciales, alquiler de equipos, logística, sueldos y salarios.

Basándose en el estudio elaborado para instituir los gastos y obtener la inversión del proyecto, se encuentra que \$222,50 es el gasto de alquiler de equipos y demás para el desarrollo del mismo como cámaras, luces, televisión, computadoras, consolas, estudio de grabación, micrófonos entre otros. Mientras que los gastos de salario del proyecto corresponden a un valor de \$315,00. Los gastos de inversión inicial representan un costo total de \$65, siendo el costo total del proyecto la cantidad de \$602,50. Dentro de estos valores no se incluyeron los recursos propios ni tampoco el sueldo para los realizadores de este proyecto.

El éxito de MAXTOP vendrá marcado por la satisfacción de los televidentes con los segmentos del programa, así como la aceptación de sus presentadores. Sin embargo será la sabia combinación de las distintas virtudes así como el reconocimiento de sus limitaciones, las que proporcionarán la medida necesaria para lograr un proyecto sobresaliente, estable y creciente.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO	7
2.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
2.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
2.4 PLAN DE MUESTREO Y ENTREVISTA A PROFUNDIDAD.....	9
2.4.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN.....	9
2.4.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA.....	10
2.5 DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	12
2.5.1 DISEÑO DE LA ENCUESTA A PERSONAS NATURALES.....	12
2.5.2 ENTREVISTA DIRIGIDA.....	14
2.5.3 CITAS TÉCNICAS.....	15
2.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	17
2.6.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	17
2.7 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	21

CAPÍTULO 3

PLAN DE DESARROLLO	24
3. DESARROLLO DEL PROYECTO	25
3.1 ANTECEDENTES.....	25
3.2 ANÁLISIS FODA.....	26
3.3 MARCO CONCEPTUAL.....	27
3.3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA.....	27
3.3.1.1 NOMBRE:.....	27
3.3.1.2 GÉNERO:.....	27
3.3.1.3 SINOPSIS Y CONTENIDO:.....	27
3.3.1.4 TARGET:.....	27
3.3.1.5 DÍA Y HORARIO:.....	27

3.3.1.6	DURACIÓN.....	27
3.3.1.7	CONDUCTORES:	27
3.3.2	ESTRUCTURA	28
3.3.2.1	ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN.....	28
3.3.2.2	ESTRUCTURA DEL PRIMER CAPÍTULO.	29
3.3.2.3	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS CONTENIDOS DEL PROGRAMA.	30
3.3.3	GUIÓN.....	31
3.3.4	GUÍA DE TOMAS.....	49
3.3.5	DIRECCIÓN DE ARTE.....	49
3.3.5.1	ESCENOGRAFÍA.....	49
3.3.5.2	VESTUARIO Y MAQUILLAJE.....	50
3.3.6	IMAGEN CORPORATIVA	51
3.4	ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	52
3.4.1	ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN.....	52
3.4.1.1	PRE PRODUCCIÓN	52
3.4.1.2	PRODUCCIÓN	52
3.4.1.3	POST-PRODUCCIÓN	52
3.4.2	EQUIPO HUMANO	53
3.4.2.1	ORGANIGRAMA.....	53
3.4.2.2	CARGOS Y FUNCIONES	53
3.4.3	CRONOGRAMA.....	54
3.4.3.1	CRONOGRAMA GENERAL.....	54
3.4.3.2	CRONOGRAMA DE GRABACIÓN.....	57
3.4.3.3	CRONOGRAMA DE GRABACIÓN DEL PILOTO	57
3.4.4	BALANCE DE EQUIPOS	59
3.4.5	BALANCE DE PERSONAL	60
 <u>CAPÍTULO 4</u>		
4.	PRESUPUESTO.....	62
4.1	ALQUILER.....	62
4.2	SUELDOS Y SALARIOS.....	63
4.3	GASTOS DE INVERSIÓN INICIAL Y PRESUPUESTO FINAL	64
 <u>CAPÍTULO 5</u>		
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1	LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	67
5.2	CONCLUSIONES	67
5.3	RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFÍA		71
ANEXOS		75

ÍNDICE DE FIGURAS CUADROS Y GRÁFICOS

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro 2.1: Población (Fuente INEC).....	9
Cuadro 2.2: Fórmula tamaño de la muestra.....	10
Cuadro 2.3: Resultado de la muestra.....	11
Figura 2.1: Mapa de cobertura Tropical Tv.....	16
Gráfico 2.1: Edad de las personas.....	17
Gráfico 2.2: Género de personas.....	17
Gráfico 2.3: Tiempo jugando.....	18
Gráfico 2.4: Medios de información.....	18
Gráfico 2.5: Tipo de información en medios.....	19
Gráfico 2.6: Interés en género de videojuegos.....	20
Gráfico 2.7: Disposición para ver un programa de TV.....	20
Gráfico 2.8: Horarios de Preferencia.....	21

CAPÍTULO 3: PLAN DE DESARROLLO

Gráfico 3.1: Distribución porcentual de los contenidos del programa.....	30
Cuadro 3.1: Guión.....	48
Figura 3.1: Planos.....	49
Figura 3.2: Escenario.....	50
Figura 3.3: Vestuario presentadora.....	50
Figura 3.4: Vestuario Presentador.....	51
Figura 3.5 Maquillaje.....	51
Figura 3.6: Logo.....	51
Cuadro 3.2: Organigrama.....	53
Cuadro 3.3: Cronograma pre-producción.....	55
Cuadro 3.4: Cronograma Producción.....	55
Cuadro 3.5: Cronograma Post-producción.....	56
Cuadro 3.6: Plan de Rodaje.....	58
Cuadro 3.7: Balance de equipos.....	59
Cuadro 3.8: Balance de Personal.....	60

CAPÍTULO 4: PRESUPUESTO

Cuadro 4.1: Alquiler.....	63
Cuadro 4.2: Sueldo.....	64
Cuadro 4.3: Gastos de inversión Inicial.....	64
Cuadro 4.4: Presupuesto.....	65



CAPÍTULO 1
GENERALIDADES

1. INTRODUCCIÓN

1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA

El proyecto se basa en analizar las posibilidades e impacto de realizar un programa informativo de video juegos, los cuales involucran la interacción de un jugador con una interfaz de usuario para generar una respuesta visual y sonora en un dispositivo. Actualmente los videojuegos significan toda una revolución en el área de entretenimiento y desarrollo de ciertas habilidades, donde los usuarios no tienen distinción de edad ni clase social. Esto implica la gran cantidad de estudios de toda una nueva generación de investigadores que abordan el fenómeno de desarrollo de una industria robusta que genera inmensas cantidades de ganancias, debido a su imparable crecimiento de popularidad que va de la mano con el despliegue de la nueva tecnología.

El mercado local ecuatoriano, no ha explotado programas informativos desde este enfoque, la mayor parte de información se encuentra en la web o a través de revistas de poco tiraje. El planteamiento del programa tiene como objetivo dar a conocer todo lo referente a novedades sobre videojuegos, que incluye accesorios, consolas, últimas tendencias, y diferentes aplicaciones. Siendo esto un buen paso para demostrar lo inmenso de la cultura de videojuegos en Latinoamérica la cual también se irá desarrollando en Ecuador, con el apoyo de eventos, exposiciones y medios de comunicación, demostrando así una perspectiva positiva de esta nueva forma de arte.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según el diccionario de informática en la web Alegsa, "Un videojuego es un juego que involucra la interacción de un jugador con una interfaz de usuario para generar una respuesta visual y sonora (entre otros tipos) en un dispositivo de juego. El videojuego hace referencia a cualquier tipo de juego que se visualiza y juega en un dispositivo con pantalla gráfica. Los dispositivos electrónicos utilizados para jugar videojuegos son conocidos como plataformas. Por ejemplo, PC, consola de juegos, etc. Generalmente los videojuegos se manipulan empleando controladores de juego, los cuales varían según el tipo de plataforma. Por ejemplo, el teclado y el mouse en las PCs, los joystick, palancas y volantes en las consolas, etc."

Los primeros pasos de los videojuegos se detectan en los años 40 creados como programas de simulación de pilotos. Esto se fue incrementando junto con el desarrollo de ordenadores y computadores personales.

El éxito extraordinario de los videojuegos y su progresiva implantación entre los niños, jóvenes y adultos merece una atención especial, puesto que ese "algo" atrae y mantiene de una manera tan intensa el interés de los usuarios.

Existen dos posibles razones acerca del gran eco que los videojuegos tienen actualmente. Por una parte, la gran afinidad que existe entre los valores, actitudes y comportamientos que éstos promueven y los que son imperantes en nuestra sociedad actual. Por otra parte, desde el punto de vista del aprendizaje, los videojuegos cumplen muchos de los requisitos que una enseñanza eficaz debe contemplar, y en muchos casos lo hacen mejor incluso que los actuales sistemas educativos. Según el sitio web buenastareas.com los videojuegos ayudan al desarrollo psicológico y cognitivo del

usuario, como por ejemplo su capacidad para emplear símbolos, establecer límites de autonomía, motivar y desarrollar habilidades visuales y auditivas que ayudan a la toma de decisiones y soluciones de problemas.

En nuestro país Ecuador, las primeras apariciones de consolas como los Ataris de las casas de Nintendo y Sega dieron sus inicios en los 80. Pero la expansión masiva empezó en los 90, junto con la popularidad de las computadoras y el internet, que ayudó a que más usuarios jóvenes se atrajeran en el mundo de los videojuegos, tanto en ordenadores y consolas.

Según la Lic. Andrea Rodríguez, desarrolladora del sitio web "Ecuagamers" que cuenta con datos estadísticos de encuestas a ecuatorianos, a partir del 2010 existe un mayor consumo de videojuegos bajo cualquier plataforma desde teléfonos celulares hasta consolas. Debido a esta creciente demanda de personas interesadas en el ámbito, se han creado revistas, cientos de sitios web donde se adquieren trucos, noticias, tendencias y todo lo referente a este tema. Pero el acceso de estos medios no llega a toda la comunidad, debido a que el internet y las revistas tienen un valor que muchos no pueden costear. Como prueba de aquello según los datos del INEC en el año 2010 con una proyección hacia el 2013, solo el 31% de ecuatorianos tienen acceso al uso del computador y 26% al internet.

Años atrás existieron proyectos en televisión que se mantuvieron muy poco tiempo al aire, debido a su formato de presentación, información poco valida y presentadores monótonos. Alrededor del 2000 se creó el programa "juega Conmigo" en canal 1, el cual tuvo bastante acogida, por sus datos actuales y torneos de juegos que se realizaba de manera interactiva con el público, pero su popularidad fue decayendo debido a la falta de cambio de imagen y renovación de segmentos.

Basado en lo anteriormente expuesto nace la idea de realizar un programa televisivo sobre videojuegos que tiene como objetivo guiar y mantener informadas a aquellas personas interesadas en el tema con las últimas noticias, lugares de adquisición, exposiciones, ferias, etc. Adicionalmente comunicar e incrementar el interés por esta forma de arte llamando así la atención a nuevos y futuros espectadores de este amplio mundo.

El trabajo investigativo a realizar para sustentar el programa al aire es meticuloso, ya que se debe mantener al mismo nivel de la nueva tendencia de videojuegos que se van desarrollando; además de conocer sobre las últimas tecnologías, dispositivos o accesorios para informar y recomendar a los espectadores. Adicionalmente adquirir información directamente de empresas desarrolladoras y comercializadoras de videojuegos en nuestro país, por medio de entrevistas a sus protagonistas para así dar a conocer el talento, la creatividad y el enorme esfuerzo que se realiza.

El programa "MAXTOP" tendría una duración de 25 minutos, una vez por semana el cual estaría dividido en noticias, entrevistas, análisis y avances. La conducción estaría a cargo de dos presentadores.

Unos de los objetivos es analizar la factibilidad de transmitir el programa piloto por medio del canal Tropical TV, el cual envía su señal en las regiones de Sierra, Costa e insular, excepto en las ciudades de Guayaquil y Quito. "MAXTOP" estaría dirigido a niños, jóvenes y adultos interesados y/o apasionados de los videojuegos.

El alcance inicial y análisis de este proyecto estaría planteado para las ciudades donde exista una aceptación mayor del canal Tropical TV y una demanda de personas interesadas en videojuegos.

Retomando la problemática planteada con anterioridad, el programa piloto plantea una solución a la desinformación sobre el tema en mención y la difusión del mismo. Ya que la televisión es un medio de comunicación que llega a toda la población de manera gratuita, además que abarcará el interés de un público ávido de información y conocimiento actual. "MAXTOP" incluirá todo lo necesario para dar a conocer, como muchos afirman, "la nueva forma de arte de programación en tiempo real". Con esta propuesta se espera trabajar de manera independiente con el apoyo de Tropical TV para llevar a cabo el proyecto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La propuesta de crear un programa para la televisión que integre todo lo relacionado al mundo de los videojuegos tiene como meta guiar a aquellas personas que aprecian y gustan de ellos, mantenerlos informados con las últimas noticias, lugares de adquisición, exposiciones, ferias, etc. Además de comunicar, alimentar la pasión por esta forma de arte y llamar la atención de aquellas personas que aún no están inmersas en este mundo.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías surge un mundo lleno de posibilidades en entretenimiento: Los videojuegos, que durante cinco décadas han logrado generar gran expectativa en todo el mundo. En muchos hogares, las consolas como la Xbox, Nintendo o Play Station, ya son miembros de la familia.

Ecuador no está alejado de esta tendencia, la demanda de videojuegos ha dado paso a un sinnúmero de negocios, aunque la competencia no es fácil. En el país existen algunas empresas dedicadas a la comercialización de videojuegos, donde se invierten grandes cantidades de dinero para el proceso de los mismos. Muy pocas empresas como Blue Lizard Games y TrashBot Studios se dedican al desarrollo de estos en el país según los datos de la oficina Comercial de ProChile en Ecuador.

La mayoría de software hechos en Ecuador se desarrollan como aplicaciones para Internet, móviles o como publicidad para empresas como ejemplo existen los advergaming "come precios" para Créditos Económicos, "Supán crazy 3" para Tiosa, la "camioneta de mama y papa" para el Mall del Sol desarrollados por la compañía Geeks en el 2012, según el estudio realizado por ProChile en Ecuador. Este y otro tipo de mini juegos son comercializados a escala nacional y en el extranjero. Sin embargo no todas las personas saben acerca de este talento en potencia.

Son pocos los medios a los que se puede acceder para mantenerse informado sobre todo lo relacionado a videojuegos, en especial sobre aquellos desarrollados en nuestro país. Muchos no conocen cuáles pueden ser jugados o recomendados por su contenido. No todos tienen acceso a internet o a revistas especializadas en el tema. El propósito es

aprovechar el medio televisivo para acceder con mayor aceptación a la población, informándolos sobre la importancia que representa en las personas.

Actualmente los canales de televisión en las grandes ciudades como Guayaquil y Quito, están saturadas de programación y publicidad, debido a esto, introducir e implementar un proyecto como el que se propone en este tipo de medio de comunicación es complicado y poco viable. Por tal motivo se acordó orientar el programa piloto de videojuegos a la provincia de Los Ríos y así establecer su análisis de factibilidad de implementación.

La propuesta también busca contribuir de manera directa y espontánea sobre los videojuegos creados en nuestro país y motivar a las personas a valorar el trabajo y esfuerzo desarrollado comprando los productos originales y evadir la piratería.

El programa de videojuegos "MAXTOP" tendría una duración de 25 min, una vez por semana donde dos presentadores se encargarán de mostrar los diferentes espacios o segmentos como críticas, avances, trailers, novedades, tecnología entre otros.

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la realización del programa piloto "MAXTOP" por medio del canal TROPICAL TV para informar y actualizar sobre el tema de videojuegos a un público definido.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Análisis de Mercado: Realizar un estudio adecuado que permita observar la aceptación del programa de videojuegos en la provincia de Los Ríos.
- Elaborar un presupuesto y determinar el monto del mismo, para la realización del programa piloto.
- Proponer adecuadas estrategias de información para difundir este proyecto.
- Analizar la factibilidad de transmitir el programa por medio del canal Tropical TV.
- Realizar un piloto como ejemplo de la estructura del mismo.



CAPÍTULO 2
ESTUDIO DE MERCADO

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

“La extensión masiva de los videojuegos ha provocado una segunda oleada de investigaciones, desde la medicina, la sociología, la psicología y la educación, además de la preocupación y las valoraciones que algunos juegos han recibido por parte de padres, educadores y principalmente los medios de comunicación”. (Félix Etxeberria Balerdi-Universidad del País Vasco).

La planificación de una investigación de mercado permitirá conocer el nivel de aceptación del programa por medio de un público definido, el cual se concentrará en aquella ciudad con mayor aceptación de televidentes que posea el canal Tropical TV. Los beneficios de la investigación tendrán como fin conocer las diversas preferencias que determinan el perfil del target. Así como también, saber si el medio de difusión en mención es el más adecuado para lograr los objetivos planteados.

Parte de la investigación es estudiar al público y su relación con los videojuegos. Estimar con datos que permitan encaminar mejor el proyecto, cuan satisfechos pueden estar con la calidad del material de investigación que se propone del programa, dentro de que rango de edad tendría mayor aceptación, que tanta influencia sobre el rating de éste tendría la información que las personas podrían encontrar en la red.

Las opiniones sobre el producto y de la competencia así como su aceptación en el medio son algunos de los factores que se buscará lograr para cuantificar la posible demanda del programa.

El estudio de mercado además de buscar estrategias para lograr captar más aceptación en los consumidores, realizará también un análisis metodológico acerca de los programas de televisión nacional sobre videojuegos y la aceptación de estos por parte de las personas; para poder innovar y estar a la par con las exigencias de los televidentes.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Parte de la investigación realizada permitirá enfocarse en un nicho de mercado determinado. Es decir, un grupo de personas que tienen los mismos intereses y buscan resolver los mismos problemas, dificultades o pretende satisfacer un mismo deseo. La información obtenida será vital para poder cumplir con los objetivos propuestos.

Es importante establecer la presencia de un target para poder enfocar de manera adecuada los servicios; es decir, comprobar la existencia de un grupo de personas que verán el programa y por consiguiente, que la propuesta sea factible de implementarse y de ser transmitida por el canal de televisión en mención.

La investigación de mercado estará soportada por fuentes de información externas primarias localizadas en el mismo y recogidas mediante la encuesta personal y virtual.

Se quiere llegar a conocer el contexto en el que se podría desenvolver el programa; es decir, que temas podría abarcar además de juegos, consolas, tecnologías, conceptos técnicos, etc.

El estudio se basará también en datos estadísticos como edad, sexo, situación personal, tiempo libre, hobbies, interés en la información, horarios de preferencia, etc.

Por otro lado se necesita plantear por medio de la investigación la factibilidad de transmitir el piloto a través del canal Tropical TV y determinar la ciudad donde tendrá acogida el proyecto dependiendo del rango de edad e interés del público.

2.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar los diferentes factores que permitan identificar la información necesaria para conocer al mercado objetivo, clientes y tendencias, con el fin de orientar el proyecto correctamente.

2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar las encuestas necesarias, las cuales al aplicarlas, permitan obtener información relevante y concisa de parte de potenciales clientes.
- Obtener información adicional del mercado producto de la experiencia directa de los involucrados en el proyecto.
- Elaborar un informe/resumen detallado en el que se permita conocer, tendencias, preferencias, frecuencias, horarios y demás información que ayude a tener una visión más clara del rumbo que debe seguir el programa.
- Elaborar un plan que permita cubrir y mejorar los aspectos débiles del proyecto con la finalidad de tener una planificación mejor elaborada para continuar con el desarrollo del mismo.
- Dentro del contexto del programa, saber de qué manera se podría innovar para presentar un producto diferente al de la competencia.
- Determinar las ciudad con mayor aceptación de televidentes que posea el canal Tropical TV y personas interesadas en videojuegos donde tendrá acogida el proyecto dependiendo también del rango de edad.

Los beneficios que ese espera obtener de la investigación permitan conocer la percepción del televidente respecto al programa y determinar los puntos positivos o negativos del mismo, y de esa forma tomar decisiones acertadas para el crecimiento del proyecto.

2.4 PLAN DE MUESTREO Y ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

2.4.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN

Según Josué Nájera de Guevara, la población es un término definido desde la demografía y señala la cantidad de personas que viven en un determinado lugar en un momento en particular. Si bien se trata de un concepto que se define en términos bastante sencillos, el estudio de la población es, sin duda, de gran aporte para múltiples disciplinas.

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total que permite inferir la conducta del universo en su conjunto.

La población considerada para este estudio de mercado se enfocará en la base del canal Tropical TV cuya ciudad es Babahoyo perteneciente a la provincia de Los Ríos, en la cual se encuentra el departamento de ventas y personal operativo del canal y donde hay la posibilidad que los televidentes tengan una mayor respuesta y aceptación de un programa como el que se propone, según una rápida entrevista realizada al Director de Programación de este canal el Lcdo. Wilson Suárez Mosquera.

Tener un adecuado conocimiento en torno a la población tiene fuertes implicaciones en las planificaciones y decisiones que se puedan tomar para el proyecto.

De acuerdo a la encuesta realizada por la página Ecuagamers en el 2013 a video jugadores en el Ecuador, el mayor porcentaje de personas interesadas en videojuegos oscila entre edades de 18 a 25 y en segundo lugar de 13 a 17 años de edad. Considerando que la programación de Tropical TV está enfocada en su mayoría a jóvenes desde 16 a 30 años. Se realizará el estudio de mercado dirigido a jóvenes entre estas edades en la ciudad de Babahoyo.

En base al último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010 con una proyección hacia el 2013 se determinó que el crecimiento poblacional en este último año sería de:

	Población entre 16-30 años	Población total
Los Ríos	216.621	841.767
Babahoyo	42.371	164.690

Cuadro 2.1: Población (Fuente INEC)

Como se puede apreciar, los elementos de la localidad sobre la cual se va a determinar el tamaño de la muestra son de individuos focalizados entre los 16 y 30 años de edad los cuales representan el 25% de ésta en la ciudad de Babahoyo.

Es así que un segmento representativo de la población de interés será encuestado por el método tradicional (personal) y a través del uso de las redes sociales como el Facebook, Twitter, y Skype. Además se reforzará con una entrevista más detallada al Lcdo. Wilson Suárez director de Programación de Tropical TV.

2.4.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Se ha decidido desagregar el universo de individuos en la ciudad de Babahoyo en subconjuntos menores, sobre el cual se seleccionen muestras, es decir se realizará un muestreo aleatorio simple. Con el fin de establecer en número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95 %, y un grado de error permisible del 5 %. Dado que no se cuenta con información estadística relevante de estudios previos realizados, se realizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población infinita.

$$n = \frac{Z^2 (p \times q)}{D^2}$$

Cuadro 2.2: Fórmula tamaño de la muestra

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

Z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95 %.

p: Probabilidad de éxito, en este caso "p" representa la probabilidad que el programa de video juegos sea aceptado por los espectadores en la ciudad de Babahoyo.

q: Probabilidad de fracaso.

D: Máximo error permisible.

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95 % es de 1,96. Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad que los tele-espectadores potenciales vean el programa de videojuegos en la ciudad sea del 50 %, y por lo tanto la probabilidad de fracaso "q" se ubique en el 50 %. Mientras que el margen de error permisible es del 5 %.

Resumiendo:

$$Z = 1,96$$

$$D = 0,05$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

Sustituyendo los datos en la ecuación, se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 (0,5 \times 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = 384,16$$

$$n \cong 400$$

Cuadro 2.3: Resultado de la muestra

Se concluye que se deben realizar 400 encuestas en la ciudad de Babahoyo, para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

2.5 DISEÑO DE LA ENCUESTA

2.5.1 DISEÑO DE LA ENCUESTA A PERSONAS NATURALES

Le agradecemos de antemano su colaboración y sincera respuesta a las breves preguntas que realizaremos.

Marque con una "X" las siguientes preguntas:

1. Edad:

7 a 9 años

18-25 años

10-13 años

Más de 26 años

14-18 años

2. Género:

Femenino

Masculino

3. ¿Cuánto tiempo aproximadamente llevas jugando videojuegos?

Menos de 1 año

1 a 5 años

5 a 10 años

Más de 10 años

4. ¿En cuáles de los siguientes medios encuentras información sobre videojuegos?

Televisión

Internet

Prensa escrita

Otro

Radio

(especificar) _____

5. Marca con una "X" el tipo de información sobre videojuegos que puedes encontrar en los medios de comunicación.

Críticas

Curiosidades

Imágenes y videos

Catálogo de precios

Noticias sobre lanzamientos

Lugares de compra

Juegos en proyectos

Tecnología y novedades

Retrospectiva de sagas (si las hay)

Vocabulario de términos complejos

Reportajes de juegos retro

Eventos y exposiciones

6. Marca con una "X" ¿Cuál o cuáles de los siguientes géneros de videojuegos te interesan más?

- | | | | |
|-------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| ▪ FPS | <input type="checkbox"/> | ▪ Plataformas | <input type="checkbox"/> |
| ▪ Acción/Aventura | <input type="checkbox"/> | ▪ Survival Horror | <input type="checkbox"/> |
| ▪ Deportivos | <input type="checkbox"/> | ▪ RPG's | <input type="checkbox"/> |
| ▪ Carreras | <input type="checkbox"/> | ▪ Party Games | <input type="checkbox"/> |
| ▪ Simuladores | <input type="checkbox"/> | ▪ Estrategia | <input type="checkbox"/> |
| ▪ Lucha | <input type="checkbox"/> | ▪ Otros _____ | |

7. ¿Estarías dispuesto a ver un programa para televisión sobre videojuegos donde se manejen diversos temas de información?

SÍ _____ NO _____

8.- ¿Dentro de que horarios preferirías ver un programa sobre videojuegos?

- | | | | |
|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| • 6h00-8h00 | <input type="checkbox"/> | • 15h00-17h00 | <input type="checkbox"/> |
| • 8h00-10h00 | <input type="checkbox"/> | • 18h00-20h00 | <input type="checkbox"/> |
| • 11h00-13h00 | <input type="checkbox"/> | • 21h00-23h00 | <input type="checkbox"/> |
| • 14h00-16h00 | <input type="checkbox"/> | • 24h00-5h00 | <input type="checkbox"/> |

2.5.2 ENTREVISTA DIRIGIDA.

NOMBRE: Lcdo. Wilson Suárez Mosquera

EDAD: 55 años

EMPRESA: Tropical TV.

CARGO: Director de Programación



-----FICHA TÉCNICA-----

- 1.- ¿Qué provincias del Ecuador abarca la señal de Tropical TV?
- 2.- ¿Qué tipo de programación posee actualmente el canal?
- 3.- ¿Tropical TV posee producción propia? ¿Por qué?
- 4.- ¿Cuál es el mayor rango de edades de televidentes que tiene el canal?
- 5.- ¿Qué ciudades publicitan en su mayoría, es decir de donde se origina la mayor cantidad de venta de espacios publicitarios? ¿Dentro de que horarios?
- 6.- ¿Cómo funciona el sistema para publicitar o transmitir por Tropical TV?
- 7.- ¿Cuáles son los precios actuales de los espacios?
- 8.- ¿De quién o de que depende la aceptación de un programa para ser transmitido? ¿Existen restricciones?
- 9.- Suponiendo el caso, de que algún programa piloto en su primera temporada tenga éxito y el rating incremente considerablemente, ¿Ustedes estarían dispuestos a invertir?
- 10.- ¿Las ganancias de los espacios publicitarios dentro del programa pertenecen por completo a los dueños del mismo o se reparten con el canal?
- 11.- ¿Qué opina de la influencia de los videojuegos en el Ecuador?
- 12.- ¿Tiene conocimiento acerca de producciones nacionales sobre videojuegos?
- 13.- ¿Qué aspectos de producción consideraría importantes para el desarrollo del programa?
- 14.- ¿A su criterio, cuánto considera que costaría producir un programa de videojuegos para Tropical TV? ¿Estaría el canal dispuesto a costear este tipo de proyecto?

2.5.3 CITAS TÉCNICAS

Para esta entrevista dirigida, las respuestas conseguidas ayudarán a orientar mejor el camino para el desarrollo del programa, conocer las posibilidades que existan y las desventajas. El entrevistado fue el Lcdo. Wilson Suárez Mosquera, Director de Programación del canal de televisión Tropical TV. Sobre la cobertura del canal comentó que a pesar de ser un canal pequeño cuenta con una amplia cobertura a nivel nacional exceptuando las ciudades de Guayaquil, Quito y el oriente Ecuatoriano. Sus repetidoras están bastante bien controladas y su base operativa se encuentra en la ciudad de Babahoyo. El canal transmite su programación en la mayoría durante el día pero también tiene auspiciantes importantes en las horas de la mañana de 24h00 a 6h00.

Cuenta con el 85% de musicales durante el día y el 15% de publicidad variada durante los espacios determinados las 24h00. Debido a su tipo de programación sus televidentes son en su mayoría jóvenes de 16 a 30 años aproximadamente. También comentó que a pesar de que el canal no transmite en Guayaquil, reciben considerablemente clientes publicitarios desde ésta ciudad.

En cuanto a producción propia el canal no cuenta con ésta todavía, debido a su infraestructura, la cual no permite tener un espacio adecuado para grabaciones y equipos televisivos. Mencionó que si se diera el caso de existir en un futuro un cliente con un proyecto crecientemente lucrativo y exitoso, se llegaría a un acuerdo mediante un sistema de coproducción. Según la Secretaría de Producción Propia de CCOO-RTVE en España, el término "coproducción" se refiere a aquella en la que una entidad participa con un porcentaje contractualmente delimitado, bien sea en la producción, en la explotación de derechos o ambas. Para este caso específico el Lcdo. Suarez se refiere a la división de ganancias entre el canal y el cliente.

Al mencionar el caso del programa piloto de videojuegos, El Lcdo. Suaréz mostró interés y comentó de estar consciente del incremento y la influencia de estos en la sociedad tecnológica actual. Su sistema para transmitir por medio del canal, funciona mediante la compra de los espacios, los cuales se diferencian en precios dependiendo del tiempo más no de los horarios como en otras estaciones de televisión.

Para finalizar, se dejó abierta una posibilidad de entregar un programa piloto adjunto a un proyecto anual, el cual se podría analizar su transmisión y llegar a un acuerdo de coproducción para los episodios. Pero ellos no costearían la producción de los mismos, una vez recibida una aceptación positiva del público y de auspiciantes se podría llegar a un convenio de no cobrar el valor del espacio al aire, la producción quedaría a cargo del cliente y las ganancias de los auspiciante se dividirían entre ambas partes.

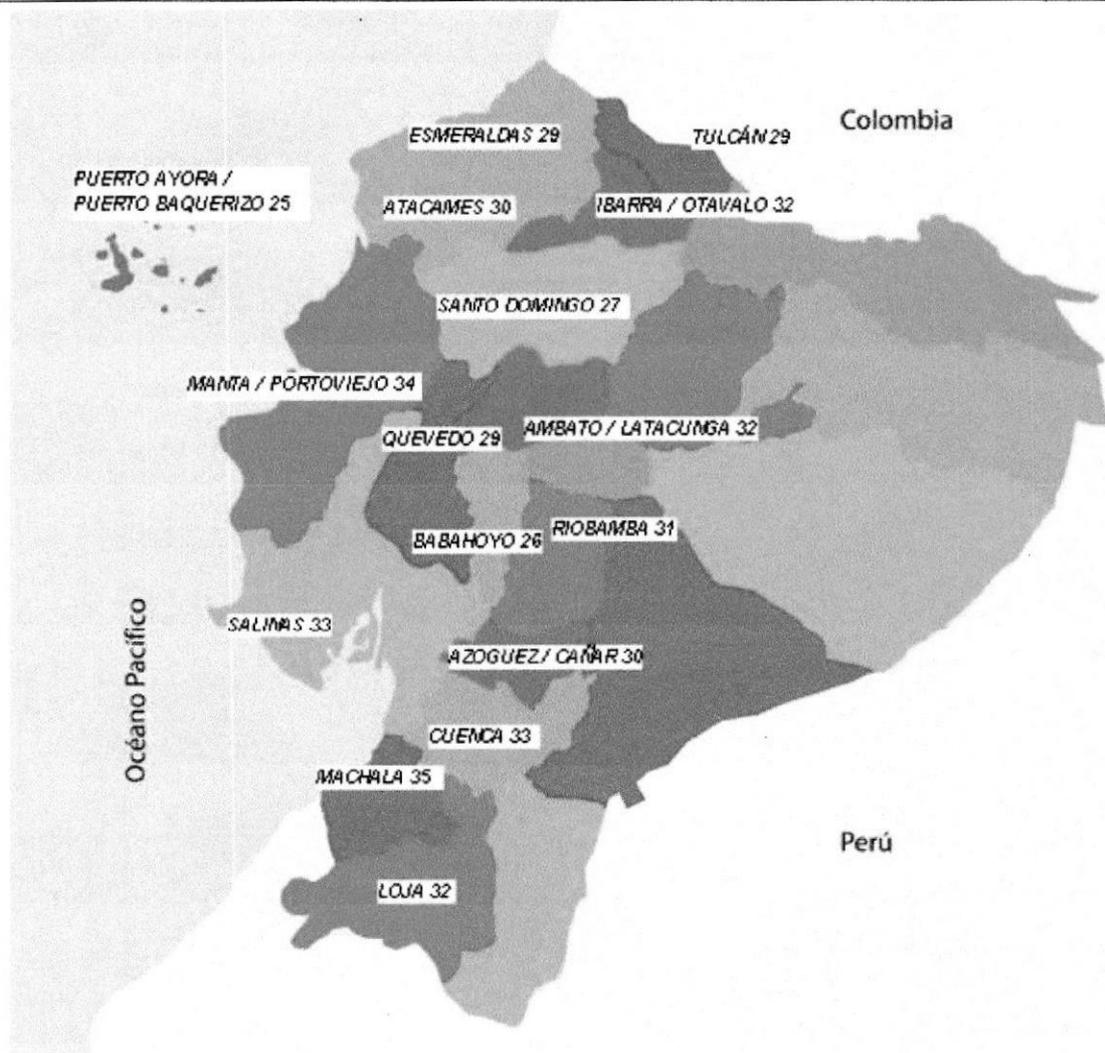


Figura 2.1: Mapa de cobertura Tropical TV

2.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.6.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Las encuestas se realizaron en ubicaciones estratégicamente seleccionadas a las cuales incluso se disponían de facilidades tales como colegios y escuelas primarias. En dichas instituciones se realizaron las encuestas a los estudiantes que ahí asistían. Otras fueron solicitadas a estudiantes universitarios por vía mail, Messenger y Facebook, para mayor comodidad de los mismos. En total se realizaron 400 encuestas.

Pregunta 1.- Edad

El 41% de los encuestados corresponden entre los 18 y 25 años de edad, el 30% están entre los 14 y 18 años de edad, el 18% corresponden entre 10 y 13 años de edad y un 11% pertenece a entrevistados mayores de 26 años.

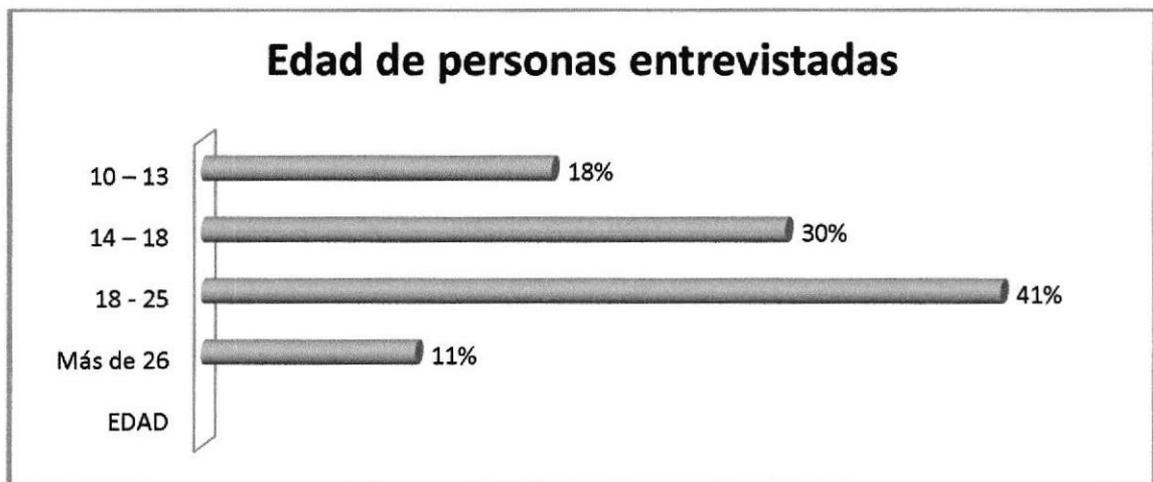


Gráfico 2.1: Edad de las personas

Pregunta 2.- Género

El 51% de las personas encuestadas corresponden al género masculino, mientras que el 49% pertenece al género femenino.

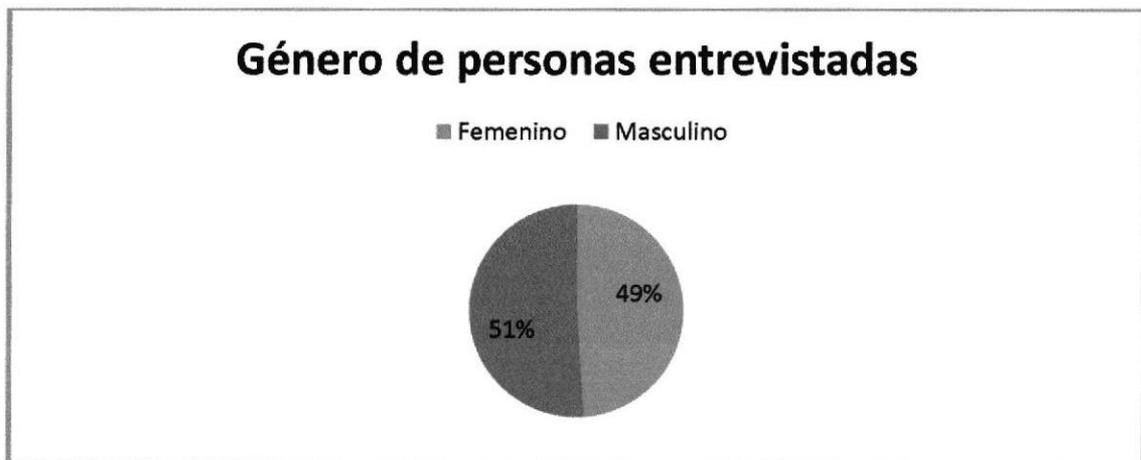


Gráfico 2.2: Género de personas

Pregunta 3.- ¿Cuánto tiempo aproximadamente llevas jugando videojuegos?

El 50% de las personas encuestadas llevan jugando más de 10 años, mientras el 30% lleva jugando de 5 a 10 años, el 15% lleva jugando de 1 a 5 años y el 5% lleva jugando menos de 1 año.

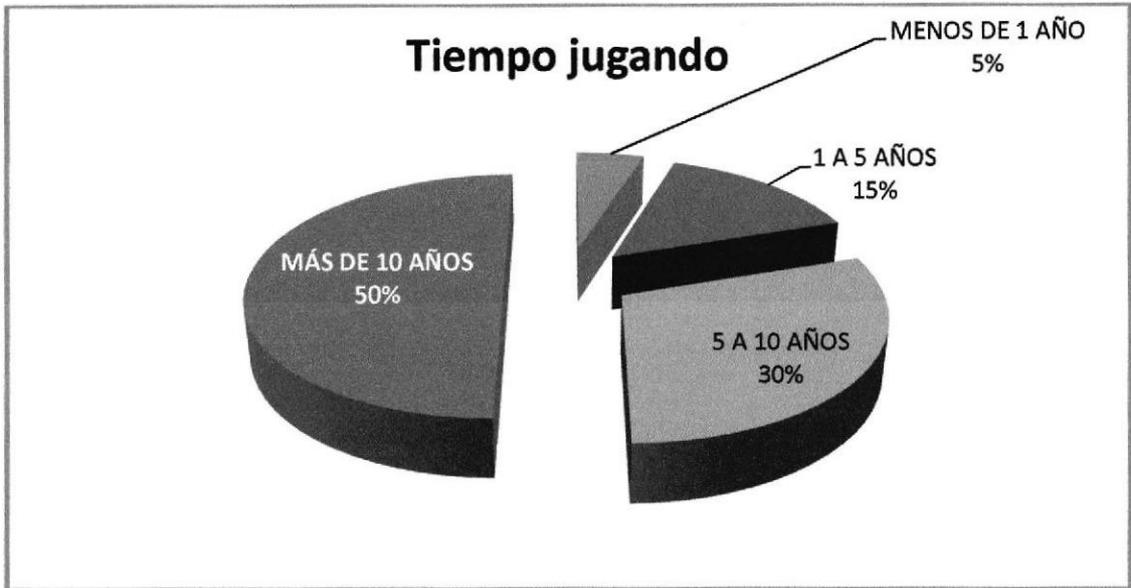


Gráfico 2.3: Tiempo jugando

Pregunta 4.- ¿En cuáles de los siguientes medios encuentras información sobre videojuegos?

El 75% de las personas encuestadas hacen uso del internet para informarse sobre videojuegos, el 16% prefieren los medios escritos como revistas o periódicos, el 12% lo hace por medio de la televisión y un 2% a través de otras fuentes.

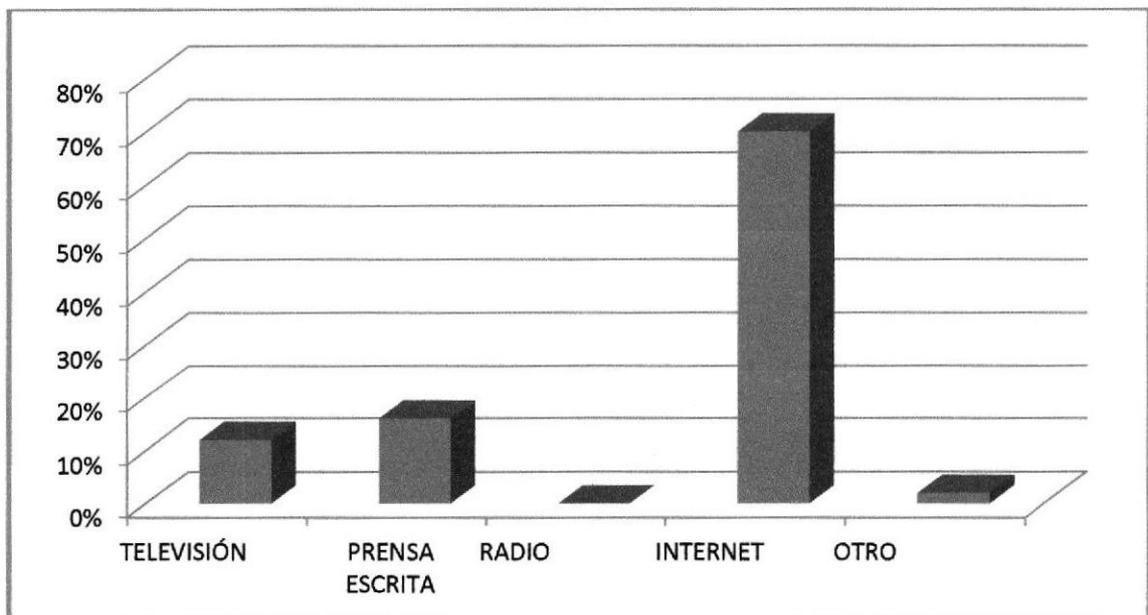


Gráfico 2.4: Medios de información

Pregunta 5.- Marca con una "X" el tipo de información sobre videojuegos que puedes encontrar en los medios de comunicación.

El 20% de las personas encuestadas encuentra críticas e imágenes y videos, el 15% sobre tecnologías y juegos en proyecto, el 10% encuentra sobre lanzamiento de nuevos juegos, mientras el 5% encuentra información sobre retrospectivas de sagas, reportajes de juegos retro, curiosidades, exposiciones y eventos.



Gráfico 2.5: Tipo de información en medios

Pregunta 6.- Marca con una "X" ¿Cuál de los siguientes géneros de videojuegos te interesan más?

El 30% de las personas encuestadas gustan de los videojuegos de acción y aventuras, el 10% prefieren los FPS, estrategia, lucha y carreras. Al 5% de los encuestados le interesan los videojuegos deportivos, survival horror, RPG y plataformas; el 3% prefieren los videojuegos de simulación y el 2% gustan de los Party Games.

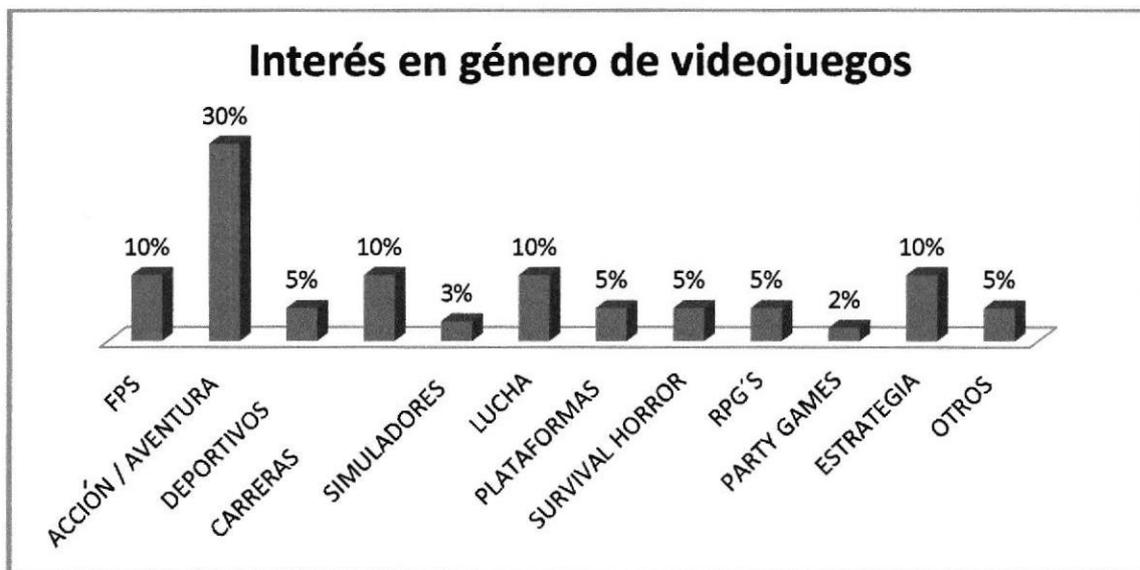


Gráfico 2.6: Interés en género de videojuegos.

Pregunta 7.- ¿Estarías dispuesto a ver un programa para televisión sobre videojuegos donde se manejen diversos temas de información?

El 90% de las personas encuestadas respondieron que si estarían dispuestos a ver un programa sobre videojuegos para televisión, mientras un 10% no optaría por verlo, sino buscar información por otros medios.



Gráfico 2.7: Disposición para ver un programa de TV.

Pregunta 8.- ¿Dentro de que horarios preferirías ver un programa sobre videojuegos?

El 70% de las personas encuestadas respondieron que preferirían ver un programa sobre videojuegos entre las 18h00 y las 20h00, mientras un 15% prefirió de 21h00 a 23h00, el 10% entre las 24h00 y las 05h00 y el 5% el resto de horarios.

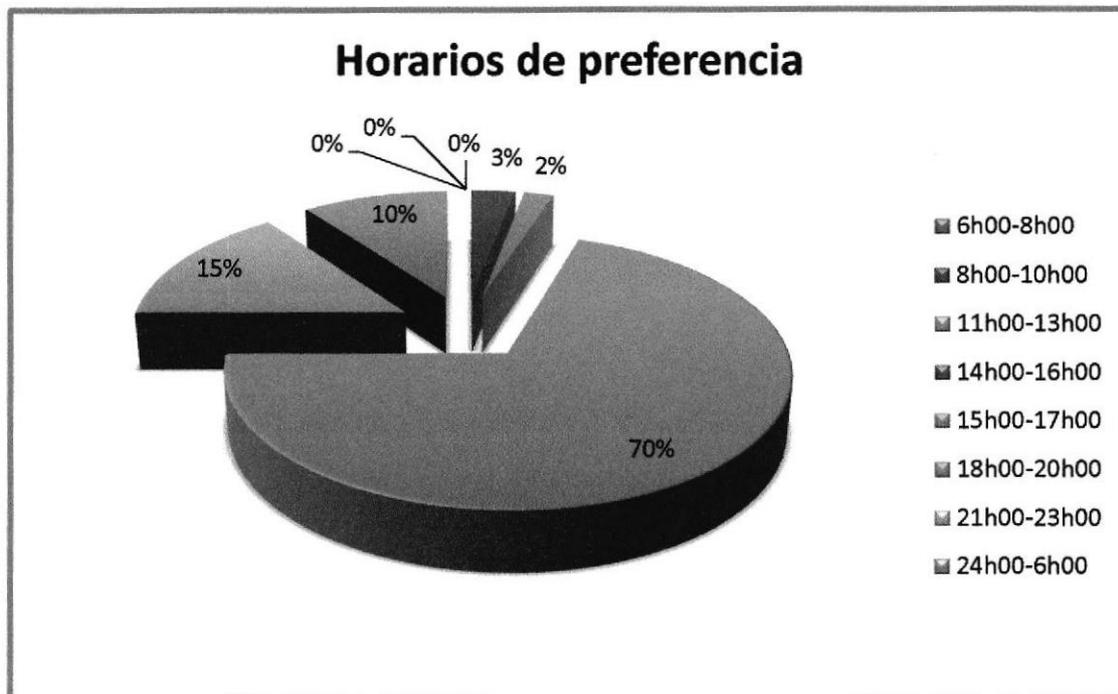


Gráfico 2.8: Horarios de preferencia.

2.7 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- De acuerdo al estudio realizado existe un porcentaje de competencia indirecta en el mercado al cual se desea integrar.
- En la ciudad de Babahoyo no se transmiten programas sobre videojuegos, la única posibilidad de acceder a éstos es por medio de televisión pagada, pero el porcentaje de población que consume este sistema es bajo. Según el INEC en el último censo realizado en el 2010, sólo el 16,9% de los habitantes en la provincia de Los Ríos tienen acceso a televisión por cable. Entre los programas se podrían nombrar los siguientes:

Juega Conmigo: Programa sobre videojuegos que se transmite por la señal de Televisión Satelital (Canal 36 UHF), la cual no llega a la ciudad de Babahoyo, pero operadores de televisión pagada lo incluyen en sus paquetes.

Joystikeros: Se transmite por el canal MTV.

Cybernet: Se emite en gran parte de Latinoamérica por el canal de televisión ZAZ.

Una posible competencia indirecta está determinada por aquellos medios que ofrecen información sobre videojuegos, pero que no son programas de televisión. En ese sentido es el Internet. La mayoría de las personas encuestadas

encuentran información en páginas Web. De acuerdo a la investigación, pocas personas conocen acerca de programas de televisión sobre videojuegos, por lo que encuentran más accesible buscar información o ver videos en la Internet. Otra competencia indirecta son las revistas especializadas en videojuegos. En Ecuador las revistas que se destacan son: PYX art, Gamer World, Club Nintendo, entre otras, aunque estas no tienen gran apertura hasta la ciudad de Babahoyo.

- Estas revistas se caracterizan por mostrar noticias, imágenes, críticas y trucos sobre videojuegos. Por lo general tienen una edición cada mes o dos meses. Algunas también ofrecen regalos como posters de videojuegos del momento.
- Según el estudio realizado el proyecto cuenta con un mercado casi perfecto para sí sólo, aunque este tendrá que estar pendiente de posibles competidores aunque indirectos pero importantes para captar la atención de las personas. De modo que el programa tendrá que elaborar una oferta que se adapte al gusto y necesidad del televidente, y también, que esta oferta sea lo suficientemente eficaz para estar a un paso mayor que futuros competidores.
- De acuerdo a las encuestas, el 75% de las personas encuestadas indican que adquieren información sobre videojuegos a través de páginas web, frente al 8% que ve información por televisión. Estos datos permitieron reconocer que una competencia importante indirecta es el internet. Sin embargo el 90% de los encuestados están dispuestos a ver un programa por televisión, lo que motiva a continuar con el desarrollo del proyecto considerando los aspectos más idóneos para lidiar con la competencia. Además que el índice de personas que tienen acceso a internet en la provincia de los Ríos es sólo del 5% según datos del INEC.
- Cada día es más importante conocer a posibles futuras competencia, ya que al tener un punto de referencia se pueden mejorar sustancialmente algunos aspectos en los que se encuentra en desventaja.
- El 20% de los televidentes prefieren ver imágenes y videos, así como un análisis de videojuegos. Conocer sobre tecnología y juegos en proyecto fue el resultado del 15% de los encuestados. Estos datos dan como resultado conocer sobre los temas de mayor interés de los televidentes, de esa forma poder adquirirlos e implementarlos en el programa para satisfacer a los televidentes.
- El 15% de los encuestados opta por comprar revistas para conocer sobre videojuegos. Generalmente las ediciones salen cada mes, y recopilan lo más importante en noticias. La preferencia por los videojuegos se aprecia tanto en los jóvenes como en adultos.
- El 70% de los encuestados optan por un horario en la tarde de 18h00 a 20h00. Estos datos permite tener una idea del posible horario para transmitir el programa, la ventaja es que el precio no varía por horarios en el canal Tropical TV, según la entrevista realizada al Lcdo. Suarez.
- Actualmente algunas personas disponen de Internet en sus casas u oficinas, por lo que disponer de este recurso para conocer sobre videojuegos resulta accesible. Sin embargo también es evidente la necesidad de contar con un programa de videojuegos para televisión. Que los televidentes puedan identificarse con el conductor, así como saber de los videojuegos actuales y de aquellos que están en proyecto son parte de los gustos de los televidentes.

- En cuanto a la entrevista con el Lcdo. Suarez se dejó abierta una posibilidad de llegar a un acuerdo de coproducción para la transmisión del programa piloto por medio del canal Tropical TV.
- Estos datos sumados a los resultados de las encuestas ayudan a determinar qué aspectos del programa se deben considerar para un mejor desarrollo del mismo y las desventajas para poder llegar a neutralizarlas.



CAPÍTULO 3
PLAN DE DESARROLLO

3. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1 ANTECEDENTES

El estudio de mercado permitió obtener la factibilidad del programa de videojuegos para ser aceptado por el mercado objetivo. También la posibilidad de llegar a un acuerdo de coproducción con el canal Tropical TV para su transmisión.

Se ha deducido que el posible mercado objetivo será de jóvenes de 16 a 30 años de edad.

En base al último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010 con una proyección hacia el 2013 se determinó que existen 164.690 habitantes en la ciudad de Babahoyo de los cuales el 25% es decir 42.371 van entre los 16 y 30 años de edad. Los cuales serían los posibles televidentes.

El sistema de encuestas permitió conocer que el 90% de los encuestados están dispuestos a ver un programa por televisión, lo que motiva a continuar con el desarrollo del proyecto considerando los aspectos más idóneos para lidiar con la competencia.

De acuerdo al estudio realizado se encontró competencia indirecta en el mercado al cual se desea integrar.

En la ciudad de Babahoyo no se encontró programas sobre videojuegos, solo aquellos que las personas en un porcentaje menor podrían acceder por televisión pagada, entre las que se encuentran:

Juega Conmigo: Programa sobre videojuegos que se transmite por la señal de Televisión Satelital (Canal 36 UHF).

Joystikeros: Se transmite por el canal MTV.

Cybernet: Se emite en gran parte de Latinoamérica por el canal de televisión ZAZ.

La mayor competencia indirecta es el Internet. La mayoría de las personas encuentran información en páginas Web. De acuerdo a la investigación, pocas personas conocen acerca de programas de televisión sobre videojuegos, por lo que encuentran más accesible buscar información o ver videos en la Internet.

Como conclusión se puede destacar que existe la posibilidad de transmitir por medio del canal Tropical TV. Que no tendría mayor costo debido a que se cuenta con algunos recursos propios para su producción y el costo a futuro, en caso de transmisión, puede estar cubierto con un acuerdo de coproducción. Además se encuentran puntos a favor de que el programa MAXTOP tenga buena acogida por los televidentes objetivos.

3.2 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Personal con capacidad y potencial.
- Equipos propios.
- Habilidades y capacidades propias.
- Poca jerarquía.
- Conocimientos sobre temas relacionados al programa.

Oportunidades

- No existe competencia directa en el medio.
- Oportunidades de capacitación para el personal.
- Posibilidades de autofinanciación.
- Portales que facilitan la colocación de publicidad, como es el caso de las redes Sociales, Facebook, Twitter. Donde se puede conocer a los televidentes, dar a conocer el programa, recibir comentarios, saludos y sugerencias.
- Facilidad de obtener información por medio de la web para complementar el trabajo.

Debilidades

- Falta de recursos adicionales en caso de emergencias.
- Ausencia de personal complementario para agilizar la producción del programa.
- Falta de disponibilidad de tiempo de grabación.

Amenazas

- Baja aceptación del público.
- Competencia indirecta de páginas web sobre videojuegos.
- Competencia de programas similares que se podrían transmitir a futuro a través de la televisión nacional.
- Falta de innovación y segmentos es decir caer en la monotonía.
- Falta de apoyo del canal de Televisión.
- Falta de recursos a futuro para la producción en caso de que los auspiciantes no llenen las expectativas económicas.

3.3 MARCO CONCEPTUAL

3.3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA

3.3.1.1 **Nombre:** MAXTOP.

3.3.1.2 **Género:** Entretenimiento.

3.3.1.3 Sinopsis y contenido:

Programa semanal sobre videojuegos y temas relacionados. Será transmitido por el canal Tropical TV. El programa tratará temas relacionados con los videojuegos, cubriendo desde lanzamientos, noticias y reseñas hasta impacto social, medios y mitos. Estos temas están divididos en segmentos.

3.3.1.4 Target:

Jóvenes que se encuentran dentro del target al cual va dirigido el programa. Tomando consideración edades de 16 a 30 años.

3.3.1.5 **Día y Horario:** El programa se transmitiría todos los viernes a partir de las 18h00.

3.3.1.6 **Duración:** El programa dura 25 minutos, que están divididos en noticias, entrevistas, análisis y avances.

3.3.1.7 **Conductores:** Dos conductores, un hombre y una mujer.

- **Sandra Sánchez:** Dinámica, espontánea, carismática, le encantan los videojuegos especialmente aquellos de competencia.

Preferencias: Plataformas (Mario, Sonic), juegos de carrera y los de simulación virtual, el cine, todo aquello que tenga que ver con animé y animación 3D.

Aversiones: Juegos muy violentos.

Favoritos del momento: Sims 3, Wii Fit, Assassin's Creed Revelations.

- **Ricardo Roca:** Bromista, dinámico, espontáneo, le gusta disfrutar de un sábado en casa con un buen video juego, su consola y comida rápida en el refrigerador.

Preferencias: Todos los FPS, los de aventura, consolas de alta definición, la lasagna, los computadores y la música latina.

Aversiones: Los RTS y los RPG.

Favoritos del momento: Call of Duty MW3, Bioshock, Assassin's Creed Revelations y The Orange Box.

3.3.2 ESTRUCTURA

3.3.2.1 ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN

El programa está estructurado en varios segmentos de acuerdo a las prioridades y temas de actualidad sobre videojuegos, con apertura para ir incrementando otros segmentos, de acuerdo a la evolución del programa y las expectativas de los televidentes. Esta estructura se basó en el programa "InsertCoin" producido por GameTv en España y Portugal, como ejemplo para este proyecto de graduación, y a manera de homenaje por su destacada producción 2006-2012. En caso de existir la posibilidad a futuro de implementación real, ésta deberá cambiarse y realizarse de manera propia respetando los derechos de autor.

La estructura general del programa constará de varios segmentos como:

- Noticias.
- Análisis.
- Pre estrenos.
- Top 5.
- Tecnología y Novedades.
- Frases célebres de videojuegos.
- Reportaje.
- Video Juegos Gratuitos.
- El Personaje.
- Tráiler de la Semana.

Los presentadores harán una breve introducción a algunos segmentos y luego estos serán mostrados en video y narrados con una voz en off.

Noticias: En este segmento se dan a conocer las noticias más actuales y destacadas referentes a videojuegos.

Análisis: Aquí se mostrará un breve video análisis sobre un videojuego en particular. Generalmente será uno de actualidad o recién salido al mercado. El análisis buscará dar a conocer los aspectos más destacables del videojuego así como alguna crítica constructiva si la hubiere.

Pre estrenos: En este segmento se mostrarán los próximos lanzamientos de videojuegos. Se darán a conocer de 2 a 3 videojuegos.

Top 5: En este segmento se mostrarán los 5 videojuegos más destacados o los más esperados del momento.

Tecnología y Novedades: Aquí se mostrarán avances tecnológicos y las novedades de la industria de los videojuegos.

Frases Célebres de videojuegos: Casi todos los videojuegos dejan frases célebres para recordar. Aquí se mostrará una o dos frases.

Reportaje: En este segmento se mostrará información sobre un suceso o noticia de trascendencia en el mundo de los videojuegos, este puede ser de actualidad o no. Aquí también se dará a conocer sobre eventos o exposiciones relacionados a los videojuegos.

Videojuegos Gratuitos: Aquí se dará a conocer videojuegos online que se pueden encontrar de manera gratuita en el internet.

El Personaje: En este segmento se hará una pequeña reseña sobre un personaje famoso o destacable de los videojuegos.

Tráiler de la Semana: Aquí se mostrará un tráiler (avance en video) de un videojuego próximo a estrenarse.

3.3.2.2 ESTRUCTURA DEL PRIMER CAPÍTULO.

En este capítulo piloto se mostrará diferente información sobre videojuegos en base a los segmentos mencionados.

Sumario: Un breve resumen de los contenidos del programa del día.

Noticias:

- Spiderman Shattered Dimensions.
- Guerra de Soccer: ¿Fifa o Pest?
- Call of Duty: MW3.

Análisis: Análisis del videojuego Capitán América.

Pre estrenos:

- Battlefield 3.
- Max Payne 3.
- Tomb Raider 2011.

Top 5: Los 5 juegos favoritos del 2011.

- El Primer Templario.
- Dirt 3.
- Top Spin 4.
- Transformers: El Lado Oscuro de la Luna.
- Xenoblades Chronicles.

Tecnología y Novedades:

- iTar: El iPad hecho guitarra.
- OmniTouch: Convierte cualquier superficie en una superficie táctil al estilo Kinect.
- Nuevos accesorios para Xbox 360.
- Simulador para Battlefield 3.

Análisis: Análisis del videojuego Front Mission: Evolved.

Frases Célebres de videojuegos:

- "El hombre correcto en el lugar incorrecto puede hacer la diferencia" G Man en Half Life 2.
- "Lo siento, estoy muerto" Jefe final de Monster Party.

Reportaje: Videojuegos polémicos: Videojuegos y Sociedad.

El Personaje: "Master Chief" del videojuego Halo.

Videojuegos Gratuitos: Videojuego "Baobab Planet".

Tráiler de la Semana: Próximo videojuego "Batman: Arkham City".

3.3.2.3 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS CONTENIDOS DEL PROGRAMA.

- Noticias: 10%
- Análisis: 15%
- Pre estrenos: 10%
- Top 5: 5%
- Tecnología y Novedades: 5%
- Análisis: 15%
- Frases Célebres de videojuegos: 5%
- Reportaje: 20%
- El Personaje: 5%
- Videojuegos Gratuitos: 5%
- Tráiler de la Semana: 5%



Gráfico 3.1: Distribución porcentual de los contenidos del programa.

3.3.3 GUIÓN

Este guión ha sido tomado del programa "InsertCoin" producido por GameTv en España y Portugal, como ejemplo para este proyecto de graduación, y a manera de homenaje por su destacada producción 2006-2012. En caso de existir la posibilidad a futuro de implementación real, ésta deberá cambiarse y realizarse de manera propia respetando los derechos de autor.

Escena: Estudio de Grabación				
PLANO	IMAGEN	AUDIO		TIEMPO
		SONIDO	TEXTO	
	Colilla de presentación con el logo de <i>MAXTOP</i>	Audio de la colilla		15"
Plano abierto Plano medio	Plano abierto a los presentadores.	Música electrónica suave de fondo	PRESENTADORA: <i>¿Hola amigos cómo están? Les damos una cordial bienvenida a éste su programa ¡MAXTOP!</i> <i>Donde podrán conocer las últimas novedades dentro del mundo de los videojuegos. ¡Noticias, estrenos, avances y mucho más!</i>	10"
Plano medio	Plano abierto a los presentadores.	Música electrónica suave de fondo	PRESENTADOR: <i>¡Así es Sandra!</i> <i>Mucha atención, porque hoy tenemos un programa muy interesante con superhéroes, aventuras gráficas y alguna que otra polémica... suelten los controles unos minutos porque comienza ¡MAXTOP!</i>	15"

	Colilla <i>Sumario</i> , con los avances del programa Sobreimposiciones en cada tema de los avances.	Audio de la colilla	VOZ EN OFF: <i>Esta semana en MAXTOP... Usaremos un escudo para defender a los inocentes... bombardearemos bases enemigas a bordo de un ágil robot... recordaremos las polémicos que causaron algunos videojuegos... y regresa el héroe de Ciudad Gótica en una nueva aventura... todo esto y mucho más, la próxima media hora aquí... en ¡MAXTOP!</i>	30"
	Colilla <i>Noticias</i>	Audio de la colilla		5"
Plano Americano	Plano Americano ambos presentadores Sobreimposición con los nombres de los presentadores.		PRESENTADORA:(Caminando suavemente en 2 pasos hacia el centro de la toma). <i>En muy poco tiempo llegará a nuestras tiendas una nueva aventura de Spiderman y de seguro traerá mucha acción, al igual que nuestras noticias...</i>	10"
Plano Americano	Plano Americano ambos presentadores Sobreimposición con los nombres de los presentadores.		PRESENTADOR:(Caminando suavemente en dos pasos hacia el centro reuniéndose con la presentadora). <i>También la esperada guerra del fútbol FIFA y PES así como el evento de Call of Duty XP (pausa) veamos a continuación.</i>	8"
	Videos con las noticias Sobreimposiciones en cada noticia	Música electrónica suave de fondo	VOZ EN OFF: <i>Spiderman es uno de los superhéroes que más veces ha aparecido en consolas, su próxima aventura se llamará Age of Time, y dará un nuevo giro a la historia del personaje de cómic con viajes en el tiempo y realidades alternativas, está previsto que salga en Noviembre, así que los seguidores de Marvel ya pueden ir frotándose las manos y prestando mucha atención a su sentido arácnido...</i>	1'50"

			<p>Como todos los años por estas fechas vuelve la guerra del fútbol, y más concretamente la lucha que mantienen FIFA y PES por convertirse en el mejor simulador de su género, por lo que hemos visto en las presentaciones hasta ahora, los dos tienen posibilidades de levantar el trofeo de campeón de los videojuegos, sólo nos queda saber cuál será el favorito de los jugadores...</p>	
			<p>El multitudinario evento Call of Duty XP que se celebró en los Ángeles hace unos días, nos ha dejado ver nuevas imágenes y detalles del nuevo MW3, durante la ceremonia hubo competiciones del popular juego de disparos, así como conciertos de estrellas y zonas de guerra simuladas para ambientar todo el espectáculo, por cierto; el título sale definitivamente el 8 de Noviembre...</p>	
	Colilla Análisis	Audio de la colilla		5"
Plano medio	Plano medio de la presentadora Sobreimposi- ción con el nombre de la presentadora.		<p>PRESENTADORA:</p> <p>La película del Capitán América nos pareció entretenida, pero siempre que llega un éxito de taquilla viene acompañado de un videojuego. Aunque existe una preocupación ¿Estará la versión interactiva a la altura del Súper héroe?</p>	12"

<p>Video con escenas del videojuego del Capitán América</p> <p>Sobreimposición con el título del videojuego y su clasificación para edad.</p>		<p>Música electrónica suave de fondo</p>	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>Los súper héroes clásicos están viviendo una segunda juventud gracias al empuje de las películas basadas en ellos, el Capitán América fue uno de los primeros en llegar al mundo del cómic, pero hasta no haberse estrenado su película no había tenido un papel protagónico en ninguno de los videojuegos... la falta de información e imágenes antes de su lanzamiento nos hacía temer una catástrofe en forma de videojuego, al final su resultado ha sido notable y además tiene un argumento paralelo al de la película, manejamos al patriótico súper soldado del título en su encarnizada lucha contra los nazis, aunque en lugar de esvásticas tienen otro símbolo parecido, la historia se salta todos los orígenes del héroe, suponemos que para que gastes unos pocos dólares más en ir al cine, el caso es que se trata de una divertida aventura muy</i></p>	<p>2'</p>
			<p><i>similar a la que vimos en el videojuego Batman Arkam Asylum, resolver puzles sencillos, buscar botones que abran puertas y soltar muchos golpes, ¡ah! y no podemos dejar de mencionar el súper escudo... técnicamente tiene sus más y sus menos, el personaje se mueve de maravilla saltando como un atleta y los golpes más espectaculares se ven a cámara lenta para apreciar mejor los detalles, sin embargo; los escenarios tienen un diseño cuadrado y a veces son demasiado grandes... últimamente las adaptaciones de películas están saliendo muy bien, limpiando la deteriorada imagen que habían acumulado con versiones baratas y poco trabajadas, Super Soldier puede que no sea la octava maravilla, pero dentro de su género es muy entretenido, esperamos que duren mucho tiempo los súper poderes a este tipo de juegos...</i></p>	

	Colilla <i>Pre estrenos</i>	Audio de la Colilla		5"
Plano Medio	La cámara hace un Plano medio al presentador. Sobreimposición con el nombre del presentador.	Música electrónica	PRESENTADOR: <i>Ahora veremos algunos de los videojuegos que están próximos a estrenarse</i>	15"
	Videos de los juegos: <i>Grand Theft Auto V, Max Payne 3, Tomb Raider</i> Sobreimposición en cada videojuego	Audio propio de los juegos	VOZ EN OFF: (menciona cada videojuego con fecha de lanzamiento) <i>Grand Theft Auto V en Mayo del 2012</i> <i>Max Payne 3 en Marzo del 2012</i> <i>Tomb Raider en Otoño del 2012</i>	60"
	Colilla <i>Top 5</i>	Audio de la colilla		5"
Plano Medio	Plano Medio a los presentadores	Música electrónica	PRESENTADORA: <i>Y al volver de una pausa comercial mostraremos cuáles son los videojuegos favoritos de este año...</i> PRESENTADOR: (seguido) <i>...Y descubrir que puesto han alcanzado en nuestro ¡Top 5!</i>	10"
	Colilla de salida con el logo de <i>MAXTOP</i> Pausa comercial	Audio de la colilla.		5"

	Colilla de retorno con el logo de MAXTOP Regreso pausa comercial	Audio de la colilla.		5"
Plano Medio	Plano Medio a los presentadores	Música electrónica	PRESENTADORA: (con energía) <i>Y a continuación los favoritos del año... en Nuestro ¡Top 5!</i>	10"
	Colilla <i>Puesto No 5</i>	Audio de la colilla		3"
	Video con escenas del juego "El Primer Templario" Sobreimposición con el nombre del videojuego.	Música electrónica	VOZ EN OFF: Todavía hay algún caballero dando vueltas por Tierra Santa, no es otro que "El Primer Templario" que alcanza la quinta posición sabiendo que sus oraciones son atendidas cada semana.	12"
	Colilla <i>Puesto No 4</i>	Audio de la colilla		3"
	Video con escenas del juego "Dirt 3" Sobreimposición con el nombre del videojuego	Música electrónica	VOZ EN OFF: La sensación de velocidad entre los favoritos la pone "Dirt 3" que se ubica en el No 4 con una rapidez inusual, la pista parece infinita y no hay obstáculos, es el momento de acelerar	15"
	Colilla <i>Puesto No 3</i>	Audio de la colilla		3"

	Video con escenas del juego "Top Spin 4" Sobreimposición con el nombre del videojuego	Música electrónica	VOZ EN OFF: Estos días toca disfrutar un poco del tenis, y uno de los mejores juegos es "Top Spin 4", el título llega al tercer puesto y nos convertirá en las estrellas del <i>Gran Slam</i> con unas sencillas lecciones	15"
	Colilla <i>Puesto No 2</i>	Audio de la colilla		3"
	Video con escenas del juego <i>Transformers: El lado oscuro de la luna</i> Sobreimposición con el nombre del videojuego	Música electrónica	VOZ EN OFF: Los <i>Transformers</i> salen del lado oscuro de la luna para conseguir la posición de Plata, el preciado metal les hace más ilusión que una carrocería nueva y están dispuestos a lo que sea para conservarlo	15"
	Colilla <i>Puesto No 1</i>	Audio de la colilla		3"
	Video con escenas del juego "Xenoblades Chronicles" Sobreimposición con el nombre del videojuego	Música electrónica	VOZ EN OFF: <i>Xenoblades Chronicles</i> se coloca en lo más alto de la lista con un título que causa sensación, parece que el Rol ha vuelto a ponerse de moda y las campañas largas dan muchas horas de entretenimiento	15"
	Colilla <i>Tecnología y Novedades</i>	Audio de la Colilla		5"

Plano Americano	Plano Americano a los presentadores.	<p>PRESENTADORA: (Caminando suavemente en 2 pasos hacia el centro de la toma).</p> <p><i>Ahora vamos a mostrarles algunas novedades dentro de la industria de los videojuegos...</i></p> <p>PRESENTADOR: (Caminando suavemente en dos pasos hacia el centro reuniéndose con la presentadora).</p> <p><i>Así es Sandra, al igual que los avances tecnológicos... por ejemplo (dirigiéndose a Sandra), ¿Sabías que ahora puedes usar un iPad como guitarra?</i></p> <p>PRESENTADORA:</p> <p><i>¿De veras? ¡Vaya!, qué interesante Ricardo...</i></p> <p>PRESENTADOR:</p> <p><i>Así es, al igual que la siguiente nota...</i></p>	15"
-----------------	--------------------------------------	--	-----

	<p>Videos con las noticias de tecnología</p> <p>Sobreimposiciones en cada noticia</p> <p><i>iTar: El iPad hecho guitarra</i></p> <p><i>Omnitouch: La nueva apuesta por lo táctil</i></p> <p><i>Nuevos accesorios para Xbox 360</i></p>	<p>Música electrónica suave de fondo</p>	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>iTar es el equipo perfecto para los amantes de Guitar Hero, o para aquellos que deseen hacer sus primeros pasos en el mundo musical con la última tecnología del momento. Así de sencillo es cómo podríamos clasificar al último invento salido de los laboratorios de la casa Starr Labs, su nueva e impresionante guitarra electrónica iTar...</i></p> <p><i>Convertir cualquier superficie en una interfaz táctil. Ese es el objetivo de un proyecto que están desarrollando la Universidad Carnegie Mellon en Estados Unidos y la compañía Microsoft...Un brazo, una mano, un cuaderno, una tabla... Con un dispositivo inspirado en la consola Kinect, cualquiera de esas superficies puede ser táctil como un celular o una tableta.</i></p> <p><i>Microsoft ha anunciado un par de nuevos accesorios para Xbox 360... se trata de un nuevo control remoto (o mando a distancia) y un auricular inalámbrico con Bluetooth. Los gadgets estarán disponibles a partir del mes de noviembre.</i></p>	<p>50"</p>
	<p>Colilla <i>Análisis</i></p>	<p>Audio de la colilla</p>		<p>5"</p>

	<p>Video de "Front Mission: Evolved"</p> <p>Sobreimposición con el título del videojuego y su clasificación para edad.</p>	<p>Audio del videojuego</p> <p>Música rock</p>	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>Por decirlo de manera sencilla, Front Mission es un videojuego de disparos en tercera persona donde lo principal es la acción, nos pasaremos todo el tiempo disparando y presenciando explosiones inmensas sin un minuto de descanso, después hay que pasar tiempo en el taller para personalizar nuestra máquina tanto como queramos, añadiendo blindaje, armas u objetos que nos permitan una mayor movilidad.</i></p> <p><i>Por último lo más novedoso de esta entrega es que también tenemos que combatir fuera del robot andando como simples mortales entre máquinas del tamaño de un edificio...</i></p> <p><i>Lamentablemente esta serie nunca se ha caracterizado por un modo de juego ágil y directo, cada acción del taller tiene consecuencias directas sobre el comportamiento del robot, por lo que tardaremos bastante en ajustarlos a nuestros gustos, ¡ah! Y de la historia mejor olvidarse, es una colección de tópicos tan grande que marea...</i></p> <p><i>Front Mission Evolved es un juego simple en controles, pero muy denso a la hora de jugar, va dirigido a los amantes de los androides gigantes, ya que sólo ellos sabrán apreciar su estilo, si hay algo que no le falta son las destrucciones, casi parece una película de Michael Bay...</i></p>	<p>1'50"</p>
	<p>Colilla Frases célebres de los videojuegos</p>	<p>Música clásica</p>	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>Frases célebres de los videojuegos</i></p>	<p>5"</p>

	Video con la imagen de los juegos <i>Half Life 2</i> y <i>Monster Party</i> junto con las frases de cada uno.	Música clásica	VOZ EN OFF: <i>"El hombre correcto en el lugar incorrecto puede hacer la diferencia"</i> El misterioso <i>G Man</i> en <i>Half Life 2</i> <i>"Lo siento, estoy muerto"</i> Jefe final de <i>Monster Party</i> haciéndose el muerto... ¿Le funcionará el truco?	15"
	Colilla <i>Reportaje</i>	Audio de la colilla		5"
Plano Americano	Plano Americano a los presentadores frente a la cámara	Música electrónica de fondo suave	PRESENTADORA: <i>En los últimos años los videojuegos han sido noticia, ocasionalmente fuera de la prensa del sector...</i> PRESENTADOR: <i>...Así es Sandra, nos hemos estado acordando de unos momentos en los que vimos a "God of War" o a "Splinter Cell" entre los titulares de noticias y sucesos...</i> PRESENTADORA: <i>No te lo crees, mira este reportaje...</i>	20"
	Video collage de varios juegos polémicos	Música de suspenso	VOZ EN OFF: <i>La industria de los videojuegos tiene tanto peso en la sociedad actual que en muchas ocasiones ha traspasado las fronteras para formar parte de las noticias en nuestra vida cotidiana, promociones, rumores o campañas de publicidad de algunos títulos han llegado a causar grandes mal entendidos y estos han sido los más polémicos que recordamos...</i>	25"

	<p>Claqueta:</p> <p><i>Sacrificio de los Dioses</i></p> <p>God of War 2</p> <p>Marzo del 2007</p> <p>Atenas</p>	Música de suspenso		5"
	<p>Imágenes de la presentación del videojuego "God of War 2" en Grecia</p>	Música de suspenso	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>Imagínate que vas a una presentación de un juego como "God of War" y entre la ambientación griega te encuentras con una cabra decapitada, esa fue la manera de recibir a los periodistas del sector cuando acudieron a Grecia para informar sobre el lanzamiento de la segunda entrega, con un sacrificio a los dioses como "Kratos" manda... Sony reconoció posteriormente que quizás se había equivocado al plantear el evento y envió la cabra a una carnicería.</i></p>	30"
	<p>Claqueta:</p> <p>Alto o disparo Splinter Cell Conviction</p> <p>Abril del 2010</p> <p>Nueva Zelanda</p>	Música de suspenso		5"
	<p>Imágenes del video juego Splinter Cell y su personaje Sam Fisher</p>	Música de suspenso	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>Imagínate que "Sam Fisher", el agente secreto más famoso de los videojuegos decidiera montar una persecución falsa en mitad de la calle, pues eso es más o menos lo que paso en Nueva Zelanda en el 2010, cuando un hombre vestido como el protagonista de "Splinter Cell" empezó a correr por las calles armado con un revólver asustando a la gente en bares... al final la policía lo detuvo y el comisario declaró que consideraba este tipo de acciones muy torpes y que corren el peligro de acabar en tragedia.</i></p>	30"

Plano Medio	Plano Americano a los presentadores	Música electrónica	PRESENTADORA: <i>¿Cree usted que los juegos tienen alguna repercusión en la actitud de las personas? ¿Qué programas podemos recomendar a los padres para sus niños?</i> PRESENTADOR: <i>Estos y otros temas incluyendo (con voz de misterio) al "Caballero de la Noche" al regreso de la siguiente pausa comercial. No se muevan de sus lugares... ¡ya regresamos!</i>	10"
	Colilla de salida con el logo de MAXTOP pausa comercial	Audio de la colilla.		5"
	Colilla de retorno con el logo de MAXTOP Regreso pausa comercial	Audio de la colilla.		5"
Plano Medio	Plano Medio a presentadores.	Música electrónica	PRESENTADORA: (dirigiéndose al otro presentador) (muy natural a manera de conversación) <i>Ricardo, ¿Crees que los videojuegos pueden tener alguna repercusión sobre la actitud de las personas?</i> PRESENTADOR: (opinión) PRESENTADORA: (Respetando la opinión agrega) <i>Bueno, a continuación sabremos de aquellos juegos que han influenciado a diferentes comportamientos veamos...</i>	10"

	<p>Claqueta: <i>Prohibido volar</i> Propeller Arena Septiembre del 2001 Tokio</p>	Música de suspenso		5"
	<p>Imágenes de los atentados 9-11 y del videojuego <i>Propeller Arena</i></p>	Música de suspenso	<p>VOZ EN OFF: <i>El mundo quedó paralizado tras los terribles atentados del 11 de Septiembre, además de sus desastrosas consecuencias, "Sega" decidió cancelar uno de sus juegos estrella "Propeller Arena", las excesivas similitudes entre la dramática realidad y el título en cuestión acabaron pesando más que las expectativas de venta, al poco tiempo de cancelar el lanzamiento, la consola dejó de fabricarse y se convirtió en la última producida por la mítica compañía.</i></p>	30"
	<p>Claqueta: Nosotros pagamos la multa. Burnout 2 Octubre de 2002 Londres</p>	Música electrónica		5"
	<p>Imágenes del videojuego <i>Burnout 2</i></p>	Música de acción	<p>VOZ EN OFF: <i>"Burnout" ha sido siempre una serie rompedora en todos los sentidos, pero muchos pensaron que se pasó de la raya cuando salió la continuación para Play Station 2 y Xbox, a los distribuidores del juego de aquel entonces se les ocurrió pagar todas las multas de tráfico del Reino Unido causadas por exceso de velocidad que se produjeran el día del lanzamiento del juego... la cosa se puso tan seria que el Ministerio de Transporte Británico declaró que estaban animando a las personas a pisar el acelerador y a incumplir la ley.</i></p>	32"

	<p>Claqueta:</p> <p>Erotismo Oculto GTA: San Andreas Junio del 2005 Los Ángeles</p>	Música electrónica		5"
	<p>Imágenes del videojuego GTA: San Andreas, con escenas de erotismo oculto</p>	Música electrónica	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>El rey absoluto de las polémicas ha sido en los últimos años GTA, que si fomenta la drogadicción, que si hace apología de la violencia, pero con el lanzamiento de "San Andreas" para ordenadores alcanzó sus cotas más altas de controversia, resulta que había un mini juego oculto con un alto contenido sexual que enfureció especialmente a los políticos estadounidenses, tanto que "Rockstar" recibió varias denuncias y tuvo que retirar el juego de muchas tiendas por todo el país...</i></p>	30"
	<p>Video collage de varios juegos polémicos</p>	Música electrónica	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>... en fin, que en este mundo hay que andarse con mucho cuidado ya que nunca se conoce las consecuencias de lo que parece un acto sin importancia</i></p>	15"
	<p>Colilla <i>El Personaje</i></p>	Audio de la colilla		5"

	Video con el personaje <i>Jhon 117</i> de la saga <i>Halo</i>	Música del videojuego (sound-track)	<p>VOZ EN OFF:</p> <p><i>Jhon Sierra 117</i> <i>Facciones desconocidas, poco hablador, soldado, spartan, jefe maestro...</i> <i>Es uno de los soldados de la UNSC, pocos conocen su verdadero nombre y normalmente lo llaman "Jefe Maestro", mide más de 2 metros y pesa 130 kilos, suponemos que contando la armadura que no se quita nunca, nació en el planeta Eridanus 2 en 2511 y lleva casi 30 años en el servicio militar, fue reclutado con 6 años para convertirse en Spartan demostrando que estaba muy dotado para el puesto, su compañera de batalla es Cortana, le encanta el color verde</i></p>	45"
	Colilla <i>Videojuegos Gratuitos</i>	Audio de la colilla		5"
Primer Plano	Plano medio a la presentadora, con un alejamiento de la cámara hasta formar un plano <i>Americano</i> .		<p>PRESENTADORA: (Caminando suavemente delante del televisor).</p> <p><i>A veces los padres no saben muy bien que títulos deberían recomendar para sus hijos pequeños, "Baobab Planet" es una buena opción, ya que se trata de un juego educativo en el que además pueden participar adultos, veamos la nota...</i></p>	18"
	<p>Video de juego <i>Baobab Planet</i></p> <p>Sobreimposición con el nombre del videojuego</p> <p>Sobreimposición con la página web del juego: <i>baobabplanet.com</i></p>	Música infantil de fondo	<p>VOZ EN OFF</p> <p><i>Tras una lluvia de polen, los niños que jugaban cerca de los árboles fueron transportados a un mundo sobre la copa de un Baobab, el árbol más grande conocido, en este lugar repleto de diversión podían explorar, estudiar, ... se lo conoce como "Baobab Planet", este título está dirigido a los más pequeños de la casa, con un manejo muy sencillo ya que apenas requiere unos botones para moverse, pondrá a prueba las habilidades físicas e intelectuales de los niños mediante algunos mini juegos,</i></p>	

			<p>además cada jugador podrá personalizar a su personaje comprando diferente ropa y accesorios con los créditos que ganen en las pruebas, el aspecto es claramente infantil con un diseño colorido y llamativo, además la historia pretende inculcar ciertos valores ecológicos para que los niños comprendan lo que significa la naturaleza, Baobab Planet es un entretenido título que posee un valor añadido para los adultos, ya que los padres podrán hacer un seguimiento de las actividades de los pequeños y proponer retos cuando lo crean conveniente, así todos aprenden...</p>	1'10"
	Colilla Tráiler de la Semana	Audio de la colilla		5"
Plano Americano	Plano Americano a los presentadores frente a la cámara.	Música electrónica de fondo suave	<p>PRESENTADOR: (con un antifaz de Batman) (voz de suspenso)</p> <p><i>Regresa el Caballero de la Noche en una esperada secuela ...</i></p> <p>PRESENTADORA: (sonriendo)</p> <p><i>... Así es Ricardo, Batman vuelve a la acción con un juego que consigue superar en muchos aspectos a su predecesor ...</i></p> <p>PRESENTADOR:</p> <p><i>Con más posibilidades, más grande y con un ritmo narrativo más cuidado, Batman: Arkham City se convierte en una aventura excelente que recrea a la perfección las hazañas del Caballero Oscuro de Ciudad Gótica...</i></p> <p>PRESENTADORA:</p> <p><i>Veamos el tráiler...</i></p>	25"

	Video del tráiler Batman: Arkham City Sobreimposición con el nombre del videojuego	Audio del tráiler		1'10"
Plano Americano	Plano Americano a los presentadores frente a la cámara	Música electrónica de fondo suave	<p>PRESENTADORA: <i>Bueno amigos, así llegamos al final de esta primera entrega de su programa MAXTOP...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>...Esperamos que les haya gustado y cualquier sugerencia pueden hacerlo a nuestro correo: maxtop@hotmail.com o puedes seguirnos también en Facebook y Twitter...</i></p> <p>PRESENTADORA: <i>No dejen de vernos la próxima semana, ni de jugar unas partidas en sus ratos libres...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>Nos vemos en siete días...</i></p> <p>PRESENTADORA: <i>Adiós...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>Hasta pronto...</i></p>	25"
	Colilla de presentación con el logo de MAXTOP	Audio de la colilla		15"

Cuadro 3.1: Guión

3.3.4 GUÍA DE TOMAS

Es necesario tener una estrategia o planificación que permita obtener planos adecuados a la naturaleza y propósito del programa.

Se utilizarán planos medios y planos abiertos con la cámara enfocada en los presentadores. La cámara estará en un punto de vista estratégico y variable, para poder realizar nuevos enfoques durante el programa. El objetivo es mantener una combinación equilibrada del ritmo, tiempo y fuerza de expresión.

3. Toma Plano Medio.

4. Toma Plano Americano.

5. Toma Plano entero

Plano abierto: Todo el escenario con ambos presentadores.

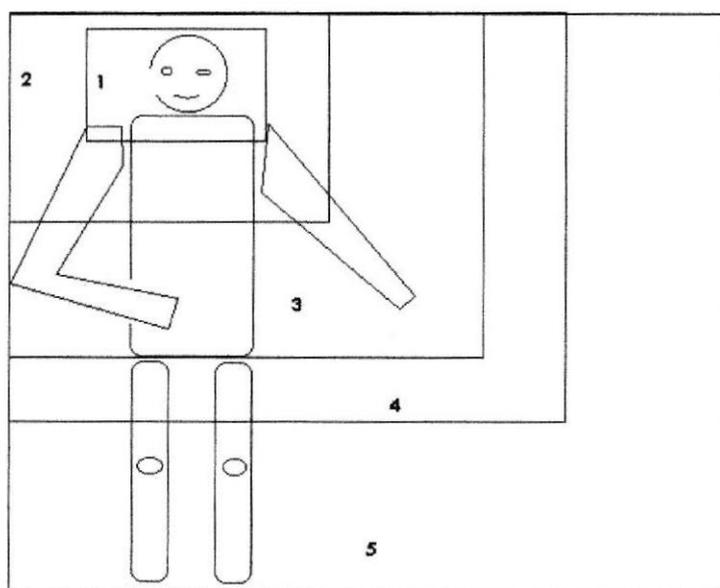


Figura 3.1: Planos

3.3.5 DIRECCIÓN DE ARTE

3.3.5.1 ESCENOGRAFÍA

La escenografía no debe ser el centro de atención, sirve para respaldar el desarrollo del programa.

El tipo de escenografía será de caja; es decir, un set de tres lados, formado por paneles que simulan un cuarto. Este diseño permitirá varios ángulos de cámara, además se colocará una pequeña mesa en el centro para la ubicación de elementos que definan la escenografía.

Se buscará un diseño funcional y estructurado para lograr una buena iluminación y dotar del realismo deseado en la temática del programa.

Esquema del escenario (vista superior)

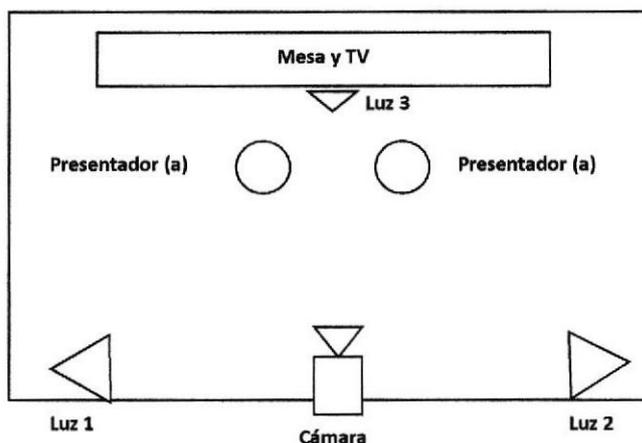


Figura 3.2: Escenario

3.3.5.2 VESTUARIO Y MAQUILLAJE

El vestuario será informal adecuado para el programa, igual que el maquillaje.

Vestuario presentadora: Jeans de cualquier color, camiseta de algodón o blusas estampa o llana en cualquier color, excepto verde, amarillo o cuadriculada. Sandalias altas o bajas que combinen con los accesorios (aretes y pulseras) no collares, ni escotes.

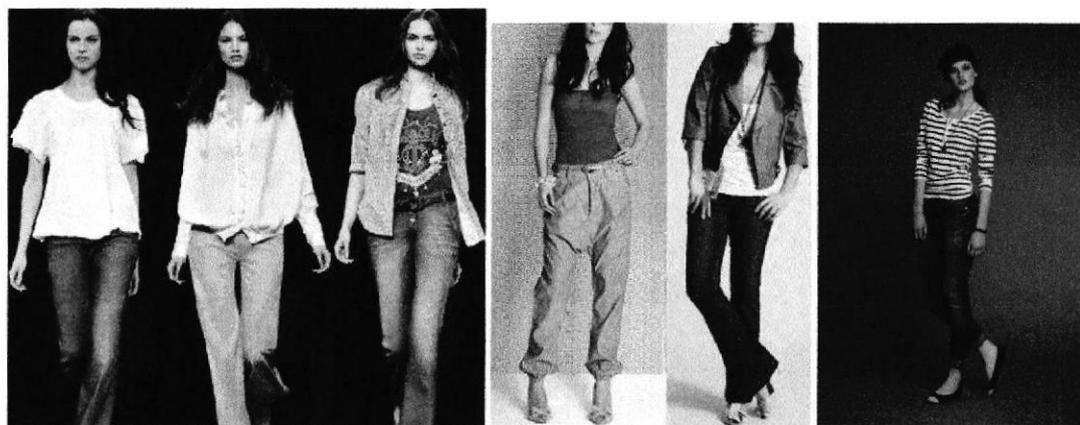


Figura 3.3: Vestuario presentadora

Vestuario presentador: Jeans de cualquier color, camisetas de algodón llanas o estampadas (sin ningún tipo de marcas comerciales) en cualquier color excepto verde, amarillo o a rayas. Camisa de mangas cortas y zapatos cerrados o botas que combinen con el vestuario (no sandalias). Sombreros actuales que combinen con el vestuario.

Ninguno de los presentadores podrá usar gafas o gorras deportivas.

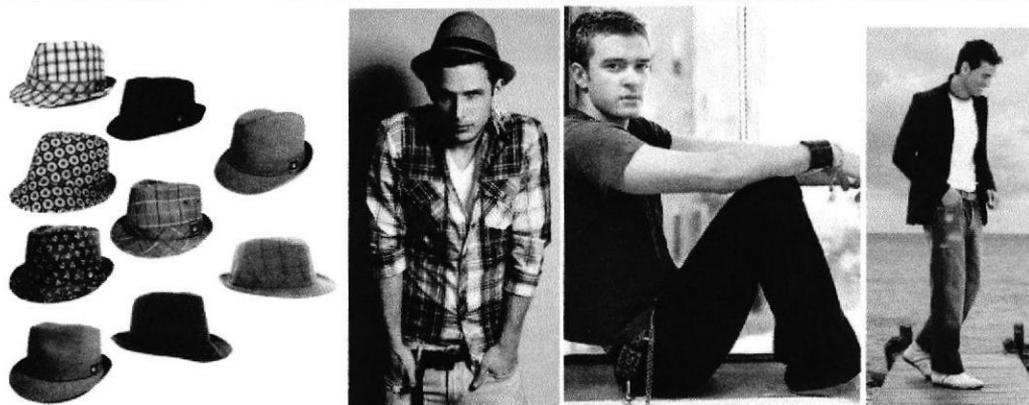


Figura3.4: Vestuario Presentador

Maquillaje para mujer: Variado, acorde al vestuario evitar colores muy oscuros en labios. Smoky eyes, y blush permitido. Bases en polvo (no cremosas) para evitar el brillo en el rostro.



Figura 3.5 Maquillaje

Maquillaje para hombre: Base en polvo para cubrir imperfecciones y brillo.

3.3.6 IMAGEN CORPORATIVA



Figura 3.6: Logo

3.4 ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

3.4.1 ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN

3.4.1.1 PRE PRODUCCIÓN

Según Hermilo González Ríos en una recopilación que realizó en la web, "el proceso de producción es comúnmente dividido en pre-producción, producción y post-producción. En la pre-producción las ideas básicas y propuestas de producción son desarrolladas y puestas en práctica".

En esta etapa para el proyecto se recopiló la información necesaria y se tomó como ejemplo del programa InsertCoin de España, para armar el guión y desarrollar los contenidos para el programa.

Para la locación se ambientará el set de grabación y se recopilarán los equipos para la grabación del programa. En esta fase también se busca a los presentadores que son de gran importancia ya que serán la imagen del programa. Una semana antes se les proveerá el libreto para que se relacionen con el tema y asistan con la vestimenta adecuada.

3.4.1.2 PRODUCCIÓN

La fase de producción es donde todos los elementos se vinculan para la realización final. Una vez desarrollado el libreto, teniendo a los presentadores y contando con el estudio de grabación, se procederá a la grabación del programa.

Esta etapa de la producción ayudará a mejorar algunas partes del guión; y también a estar pendiente de algunos aspectos técnicos, como una buena iluminación, calidad de imagen y el nivel de audio adecuado.

3.4.1.3 POST-PRODUCCIÓN

Se asocia el concepto de post-producción con el de edición. Una vez grabado el programa se pasan todos los clips de video a la computadora para realizar la edición con el software adecuado.

Siguiendo el guión se editarán los videos grabados y se eliminarán los videos innecesarios como los errores ocurridos en la grabación. También se incluirá el material gráfico seleccionado en internet, como videos y fotos, tomados para este proyecto del programa InsertCoin. Todo esto sumado con la música seleccionada y dentro del tiempo dispuesto para el programa.

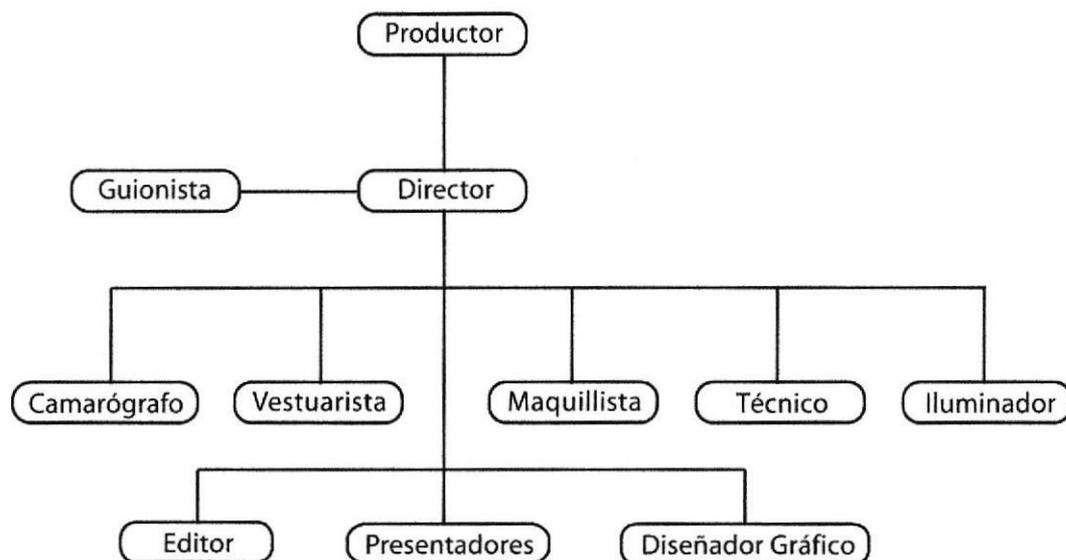
Con la edición no solo se va a ensamblar segmentos en un orden determinado, sino que se buscará darle el ritmo adecuado al programa y establecer la imagen que refleje el concepto del mismo.

En esta fase también se realizarán otras actividades como dismantelar el set, las luces, empacar el equipo, cumplir con las obligaciones financieras finales y evaluar la efectividad del programa.

3.4.2 EQUIPO HUMANO

3.4.2.1 ORGANIGRAMA

Todo el personal cumple funciones específicas siendo guiados por el productor que es el encargado de dirigir la producción general. El director, que enfoca sus esfuerzos mayoritariamente en la parte artística del programa, para lo cual tendrá a su disposición el personal adecuado para el correcto desempeño de la Pre-producción, Producción y Post producción.



Cuadro 3.2: Organigrama

3.4.2.2 CARGOS Y FUNCIONES

Los siguientes conceptos fueron basados del documento de Producción de Televisión escrito por Ron Whittaker, Ph.D.

Productor

Define el concepto general del programa, calcula el presupuesto, decide el talento principal y guía la dirección general de la producción.

Director/Realizador

Responsable de la interpretación y escenificación (escenografía, sonido, cámaras, vestuario, etc).

Guionista

Es el encargado de elaborar el guión, que es como una especie de plan escrito o el plano de una producción.

Jefe de Maquillaje

Se encarga de diseñar, preparar y alistar el tratamiento de maquillaje para los presentadores.

Jefe de Vestuario

Diseña o selecciona la indumentaria de los presentadores, sastrería, guardarropa, etc.

Editor

Es el encargado de tomar todo el material grabado, seleccionar las mejores partes y unir los segmentos para luego ser visto como un todo, proponiendo un sentido e intención a la composición. Para ello digitaliza los videos grabados por la cámara y los trabaja en software de edición por computador.

Diseñador Gráfico: Diseña los gráficos y rótulos.

Técnico de Sonido

Es el responsable de la calidad técnica y artística del sonido del programa.

Camarógrafo

Se encarga de realizar la grabación con la cámara. Es el responsable de todas las tareas de cámara en la producción.

Presentador

Es el talento para la producción, cualquiera cuya voz es escuchada o aparece en cámara. El presentador es quien aparece en cámara y es el hilo conductor del programa. Se encarga de conducir los segmentos basados en el guión y darle dinamismo al programa.

Iluminador

Se encarga de proyectar, disponer y controla la iluminación, tanto técnica como artística de la imagen.

3.4.3 CRONOGRAMA

3.4.3.1 CRONOGRAMA GENERAL

Según el sitio web aulaneo.wordpress.com, el cronograma es el esquema básico donde se distribuye y organiza en forma de secuencia temporal el conjunto de experiencias y actividades diseñadas a lo largo de un período de tiempo. La organización temporal básicamente se organiza en torno a dos ejes: La duración y el tiempo de cada actividad.

Desde el lunes 3 de Enero el 1ero de Marzo del 2013 comprenderá el cronograma general para el desarrollo y creación de la idea del programa de videojuegos y la grabación del piloto:

Primera Etapa: Investigación, guión y preproducción.

Segunda Etapa: Producción o grabación.

Tercera Etapa: Post-producción, montaje o edición.

PRE-PRODUCCIÓN

EVENTO	PERSONAL ENCARGADO	FECHA
Investigación sobre el tema. Definir bibliografías y referencias de internet como apoyo.	Productor	Del 3 al 10 de enero
Construcción del guión técnico. Definición de los recursos a emplear en el vídeo. Esbozo de cronograma General. Presupuesto.	Productor/ Asist. de Producción.	Del 10 al 20 de enero
Acordar la disponibilidad de posibles lugares, días y horarios a realizar las grabaciones. Búsqueda de los presentadores para el piloto. Organización de movilización, catering, logística y utilería.	Productor/ Asist. de Producción/ Diseñador	Del 21 al 31 de enero
Determinar los equipos técnicos que se van a recopilar para la grabación y establecer los recursos a usar en la escenografía.	Productor/ Asist. de Producción.	1 al 3 de enero
Esbozo del cronograma de Grabación del piloto. Equipamiento del estudio: Ubicación de equipos técnicos y escenografía, pruebas de sonidos, luces, cámaras, etc.	Productor/ Asist. de Producción/ Camarógrafo/ Iluminador, Sonidista.	4 de febrero

Cuadro 3.3: Cronograma pre-producción.**PRODUCCIÓN**

EVENTO	PERSONAL	FECHA
Grabación del piloto Revisión de escenas	Productor Asist. de Producción Camarógrafo/ Iluminador/ Sonidista Presentadores Jefe de maquillaje y vestuario.	5 de febrero

Cuadro 3.4: Cronograma Producción.

POST- PRODUCCIÓN

EVENTO	PERSONAL ENCARGADO	FECHA
Entrega de equipos y estudio. Revisión de escenas grabadas y organización de las mismas. Selección de las mejores escenas para ser editadas. Organización y revisión de la voz en off. Selección de las grabaciones de voz en off para ser editadas.	Productor Editor	Del 7 y 8 de febrero
Edición del video y de la voz en off	Productor Editor	Del 9 al 18 de febrero
Realización de las colillas.	Productor Editor	Del 21 al 23 de febrero
Revisión y mejoramiento del color, tiempo, calidad. Montaje de música y sonidos. Montaje de colillas y voz en off. Revisión General de programa. Correcciones	Productor Editor	Del 24 al 28 de febrero
Render final Grabación en dispositivos de almacenamiento y entrega del programa.	Productor Editor	29 febrero y 1 de marzo

Cuadro3.5: Cronograma Post-producción.

3.4.3.2 CRONOGRAMA DE GRABACIÓN

El siguiente cronograma propuesto será considerado para la grabación del programa semana a semana y su proyección los viernes a las 18h00.

SÁBADOS - Investigación, recolección de noticias – *productor.*

LUNES – MARTES - Guión y recolección de material audiovisual – *guionista, productor.*

MIÉRCOLES – Grabación – *equipo de producción, productor.*

JUEVES – Edición y post-producción – *editor, diseñador gráfico y productor.*

Nota: Los viernes hasta las 17h00 es el tiempo previsto para resolver cualquier imprevisto que pueda producirse durante la producción del programa.

3.4.3.3 CRONOGRAMA DE GRABACIÓN DEL PILOTO

Evento: Se especifica el acontecimiento que se va a cubrir y/o los horarios asignados para descansos y almuerzos del personal involucrado en el proceso.

Fecha: Día, mes y año de la grabación.

Hora: Hora exacta de grabación y de finalización de la actividad. A la hora de determinar dichos horarios, se tomará en cuenta cualquier imprevisto que pueda retardar la grabación del programa.

Lugar: Contexto donde va a llevarse a cabo la grabación, se debe aclarar si este se hará en un exterior o interior, así como el set o entorno.

Observaciones: Este espacio se utilizará para realizar anotaciones muy específicas y relevantes para el evento que se pretende grabar. Dichas indicaciones se constituyen en una ayuda bastante significativa para el seguimiento del cronograma.

PLAN DE RODAJE

EVENTO	FECHA	HORA	LUGAR	OBSERVACIONES
Adecuación de la escenografía	5 de febrero	08h00 – 10h00	Interior - Estudio	
Revisión y prueba de equipos técnicos	5 de febrero	10h00 – 11h00	Interior - Estudio	Realización de pruebas de sonido e iluminación
Grabación de los presentadores	5 de febrero	11h00 – 13h00	Interior - Estudio	Repaso del guión previo a la grabación
Almuerzo	5 de febrero	13h00 – 14h00	Restaurant	
Grabación de audio a los presentadores para voz en off	5 de febrero	14h00 – 15h00	Interior – Estudio	
Desmontaje de escenografía y recolección de equipos	5 de febrero	15h00 – 16h00	Interior - Estudio	

Cuadro 3.6: Plan de Rodaje.

3.4.4 BALANCE DE EQUIPOS

Los equipos que se utilizarán para la realización del programa piloto serán algunos de recursos propios, y otros tendrán que ser alquilados. Para referencia de valores se detallará el costo de todos:

BALANCE DE EQUIPOS					
EQUIPO	CANTIDAD	DETALLE	DURACIÓN X DÍA	COSTO x DÍAS	TOTAL
Consola de audio con 3 cables de audio	1	Propio	1	\$25,00	\$25,00
Micrófonos corbateros	2	Propio	1	\$10,00	\$20,00
Set de Luces profesionales (3luces)	1	Propio	1	\$35,00	\$35,00
Cámara de video JVC / GY-HM 100	1	Alquiler	1	\$80,00	\$80,00
Trípode para video	1	Propio	1	\$15,00	\$15,00
Memoria SDHC para grabar video en la cámara (16GB)	1	Alquiler	2	\$20,00	\$40,00
IMac 24"	1	Propio	28	\$60,00	\$1.680,00
PC Portátil	1	Propio	43	\$15,00	\$645,00
Televisor LCD 42"	1	Propio	1	\$15,00	\$15,00
DVD	1	Propio	1	\$3,00	\$3,00
TOTAL					\$2.558,00

Cuadro 3.7: Balance de equipos.

3.4.5 BALANCE DE PERSONAL

Para la implementación del proyecto se necesitará del siguiente personal, pero solo se contratará un camarógrafo, que haga a la vez de iluminador y sonidista, a un maquillador que también se encargue del vestuario y los presentadores. El resto de personal serán los realizadores de este proyecto, definido como recurso humano propio. Se detallan todos los valores como referencia:

BALANCE DE PERSONAL				
CARGO DEL PERSONAL	CANTIDAD	DÍAS	SUELDO X DÍA	SUELDO POR PROYECTO
Productor/Director/Realizador/ Guionista	1	43	\$32,00	\$1.376,00
Editor/Diseñador Gráfico/Asist. de producción.	1	43	\$20,00	\$860,00
Camarógrafo/Iluminador/Sonidista	1	1	\$20,00	\$20,00
Jefe de maquillaje y de vestuario	1	1	\$13,00	\$13,00
Presentadores (pago por evento)	2	1	\$150,00	\$300,00
TOTAL				\$2.569,00

Cuadro 3.8: Balance de Personal.



CAPÍTULO 4
PRESUPUESTO

4. PRESUPUESTO

Para el desarrollo del programa piloto se requiere de un monto monetario considerando todos los gastos iniciales, de alquiler de equipo, logística y sueldos.

Logística: Incluye gastos de fotocopias, encuadernación y papelería en general.

Utilería: Se tiene en cuenta tanto el alquiler como la compra de vestuarios, maquillaje y los elementos escenográficos o de ambientación que se necesite en la producción. Lógicamente, si se trata de cosas que se pueden construir o elaborar, habría que entrar a especificar los costos de cada producto o material a utilizar.

Transporte: Es preciso considerar los gastos que implica el desplazamiento hacia el lugar de grabación. Cuando se cuenta con un transporte propio se realiza un estimado de los gastos en gasolina, así como de los peajes (en caso de que se necesite desplazar a determinado territorio por fuera de la ciudad, lo cual no incluye este caso).

Alimentación: Es necesario ser lo más específico posible y, desde luego, considerar el cronograma de grabación, pues puede existir jornadas en las que será pertinente presupuestar gastos de desayuno, refrigerios, almuerzos e incluso cenas, como habrán días en los que sólo se deberá presupuestar alguno de ellos.

4.1 ALQUILER

Cuando se recurre al alquiler de equipos audiovisuales como cámaras, sonidos, iluminación o equipos para el proceso de edición, es preciso tener en cuenta igualmente aquellos elementos que, de cierta manera, se anticipan a los contratiempos que pueden presentarse durante la grabación, por ejemplo las baterías de repuesto en el caso de las cámaras o los bombillos de repuesto para las luces. Para efectos de este proyecto, se cuenta con algunos recursos propios, por tal motivo sólo se alquilarán aquellos que se encuentren fuera de estos. Dentro del siguiente cuadro se detallarán todos los valores como referencia.

EQUIPOS	CANTIDAD	ALQUILER DIARIO	ALQUILER DE PROYECTO
Consola de audio	1	\$25,00	\$25,00
Micrófonos corbateros	2	\$10,00	\$20,00
Set de luces	1	\$35,00	\$35,00
Cámara de video	1	\$80,00	\$80,00
Trípode para cámara	1	\$15,00	\$15,00
Memoria para cámara	2	\$20,00	\$40,00
Computadora Imac 24"	1	\$60,00	\$1.680,00
Televisor LCD 42"	1	\$15,00	\$15,00
DVD reproductor	1	\$3,00	\$3,00
Estudio de grabación	1	\$50,00	\$50,00
Alimentación (por grabación piloto)	6	\$1,50	\$9,00
Transporte (grabación piloto)	6	\$1,00	\$6,00
		TOTAL VALOR REFERENCIAL	\$1.978,00
		TOTAL VALOR REAL	\$185,00

Cuadro 4.1: Alquiler

El gasto total de alquiler de equipos como valor referencial para el proyecto corresponde al valor total de \$1.978,00.

Como se nombró anteriormente solo se alquilarán aquellos con los que no se cuente. El gasto real que se incurrirá será de **\$185,00**, entre los cuales están: cámara de video, memoria para cámara, estudio de grabación, alimentación y transporte.

4.2 SUELDOS Y SALARIOS

Se detalla a continuación los salarios del personal a cargo de la realización de este proyecto. Para determinar el salario del mismo, se consideró la posición de cada persona, el valor ganado por día y el número de días a laborar. Para efectos de este programa piloto no se considerará el sueldo de los realizadores del mismo, pero se detalla a continuación como valores referenciales:

PERSONAL	SALARIO DIARIO	DÍAS	OCUPANTES DEL CARGO	SALARIO POR PROYECTO
Productor/Director/Realizador/ Guionista	\$0	43	1	\$1.376,00
Editor/Diseñador Gráfico/Asist. de producción.	\$0	43	1	\$860,00
Camarógrafo/Iluminador/Sonidista	\$15,00	1	1	\$15,00
Jefe de maquillaje y de vestuario	\$0	1	1	\$13,00
Presentadores (pago por evento)	\$150,00	1	2	\$300,00
TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS REFERENCIALES				\$2.564,00
TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS REAL				\$328,00

Cuadro 4.2: Sueldo

El pago del salario referencial del personal para el proyecto recae al valor de \$2.564,00.

Como se nombró anteriormente, el gasto real que se incurrirá será de **\$328,00**, entre los cuales se incluye al camarógrafo, jefe de maquillaje/vestuario y presentadores.

4.3 GASTOS DE INVERSIÓN INICIAL Y PRESUPUESTO FINAL

Los gastos de inversión inicial están determinados por los valores que se necesitan para poder iniciar con el proyecto. Algunos valores cuentan como recurso propios, pero se detallan como referencia.

GASTOS DE INVERSIÓN INICIAL	
Alquiler de Oficina x 43 días	\$301,00
Servicio de Internet X 43 días	\$30,00
Alquiler de Laptop PC de 13"X 43 días	\$645,00
Gastos de Impresión	\$35,00
TOTAL GASTOS INV. INICIALES REFERENCIAL	\$ 1.011,00
TOTAL GASTOS INV. INICIALES REAL	\$65,00

Cuadro 4.3: Gastos de inversión Inicial

El Gasto total de inversión inicial referencial para el proyecto, concierne al valor total de \$1.011,00.

Debido a que se cuenta con algunos recursos propios como un lugar para utilizar de oficina y una laptop, los gastos de inversión inicial se reducirían a **\$65**.

El presupuesto del proyecto corresponde a la sumatoria de todos los gastos detallados con anterioridad: Gastos de alquiler, gastos de salarios y gastos de inversión inicial.

PRESUPUESTO	
Alquiler de Oficina x 43 días	\$301,00
Servicio de Internet X 43 días	\$30,00
Alquiler de Laptop PC de 13"X 43 días	\$645,00
Gastos de Impresión	\$35,00
TOTAL GASTOS INV. INICIALES	\$ 1.011,00
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$ 2.564,00
GASTOS DE ALQUILER	\$ 1.978,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 4.542,00
GASTOS IMPREVISTOS REFERENCIAL	\$681,00
GASTOS IMPREVISTO REAL	\$77
PRESUPUESTO DEL PROYECTO REFERENCIAL	\$ 6234,00
PRESUPUESTO DEL PROYECTO REAL	\$655,50

Cuadro 4.4: Presupuesto

El costo referencial para el desarrollo del proyecto concierne al valor total de los gastos de inversión inicial \$1.011,00 el total de gastos operativos \$4.542,00 Y LOS IMPREVISTOS DE \$681,00 dando un total de \$6234,00.

Contando con recursos propios antes detallados el valor de gastos de inversión inicial de \$65,00, el total de gastos operativos \$513,50 y los gastos para imprevistos de \$77 dan como resultado un valor final de **\$655,50**. Este valor será cubierto por medio de una autofinanciación de los realizadores del proyecto para efectuar todas las etapas de producción del programa piloto MAXTOP.



CAPÍTULO 5
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Las limitaciones del presente proyecto vendrán determinadas por una serie de factores que lo condicionen, teniendo en cuenta que alguno de estos factores se deriva directamente de los objetivos que se quieran conseguir y del enfoque que se quiere dar, mientras que hay otros factores que están limitados por su propia naturaleza. Entre los aspectos que determinaron las dificultades para realizar el proyecto están los siguientes:

- La locación se utilizó para la grabación del programa piloto estuvo limitada.
- Falta de tiempo para desarrollar una mejor escenografía.
- La computadora no fue la más óptima para la edición y post producción del programa.
- Falta de tiempo para movilizarse a más lugares de Babahoyo para el estudio de mercado.
- Dificultades para conseguir información y entrevistas con las personas indicadas en Tropical TV.
- Dificultades en conseguir equipos y lugares a precios módicos.
- La falta de un Telepronter (herramienta de lectura, que se utiliza para poder seguir un discurso o texto en una pantalla), que permita a los presentadores tener un apoyo que le brinde confianza y seguridad al momento de hablar.

5.2 CONCLUSIONES

El proyecto de grado se basa en analizar las posibilidades e impacto de realizar un programa piloto de videojuegos, que se refiere a juegos que involucran la interacción de un jugador con una interfaz de usuario para generar una respuesta visual y sonora en un dispositivo.

- En primera instancia, se identificó un medio de comunicación; que para este proyecto fue la televisión, que a su vez actuará como emisor del mensaje, es decir, que integre todo lo relacionado al mundo de los videojuegos, guiar a aquellas personas que aprecian y gustan de ellos, poder mantenerlos informados con las últimas noticias, exposiciones, ferias, etc. Con eso además de comunicar, se podrá alimentar la pasión por esta forma de arte y llamar la atención a las personas que aún no están inmersas en este mundo.
- El objetivo del proyecto es determinar la factibilidad de la realización del programa piloto "MAXTOP" por medio del canal TROPICAL TV para informar y actualizar sobre el tema de videojuegos a un público definido.
- La competencia indirecta está determinada por aquellos medios que ofrecen información sobre videojuegos, pero que no son programas de televisión como revistas de video juegos y el internet. La mayoría de las personas encuentran información en páginas Web. De acuerdo a la investigación, pocas personas conocen acerca de programas de televisión sobre videojuegos, por lo que encuentran más accesible buscar información o ver videos en la Internet.
- De acuerdo al estudio realizado existe una mínima competencia indirecta en el mercado al cual se desea integrar. No existe una competencia directa de programas sobre videojuegos, solo existe un porcentaje bajo de personas que

consumen televisión pagada que podrían decidir ver programas como: Joystikeros, Cybernet, Juega Conmigo. Sólo este último se transmite por televisión nacional en el canal 36 UHF, pero no de manera abierta para la ciudad de Babahoyo.

- Según las encuestas, donde el target son jóvenes de la ciudad de Babahoyo entre 16 y 30 años de edad, el 75% de las personas encuestadas indican que adquieren información sobre videojuegos a través de páginas web y revistas, frente al 8% que ve información por televisión. Estos datos permitieron afirmar que la mayor competencia indirecta es el internet. Sin embargo el 90% de los encuestados están dispuestos a ver un programa por televisión, lo que motivó a continuar con el desarrollo del proyecto considerando los aspectos más idóneos para lidiar con la competencia.
- Luego de la entrevista que se realizó al Lcdo. Wilson Suárez de Tropical TV También se puede destacar que existe la posibilidad de transmitir por medio del canal Tropical TV.
- Estos datos sumados a los resultados de las encuestas ayudan a determinar qué aspectos del programa se deben considerar para un mejor desarrollo del mismo y las desventajas para poder llegar a neutralizarlas.
- El programa piloto propuesto tendrá como nombre "MAXTOP" dirigido a jóvenes y que disfruten de los videojuegos y aquellas personas que se sientan interesadas por el tema. La propuesta de ser aceptada a futuro por el canal se transmitiría los viernes a las 18h00, donde dos presentadores animados y conocedores de este mundo tendrán la tarea de informar semanalmente con segmentos que llenen las expectativas de cada televidente como: Noticias, Análisis, Pre estrenos, Los Top 5, Tecnología y Novedades, Frases célebres de videojuegos, Reportajes, Videojuegos Gratuitos, El Personaje y el Tráiler de la Semana.
- El guión técnico, la escenografía, las tomas, las animaciones 3d y el dinamismo de los presentadores son aquellos elementos claves que harán de este programa completo y competitivo en el mercado.
- Para organizar y sistematizar el trabajo, se necesita definir las personas encargadas de cada etapa, su función y tiempo de trabajo. También, se necesita especificar y asignar los recursos para hacerlo. Es decir, para lograr los fines y objetivos del proceso y llevar adelante el programa, se necesita asignar tareas coordinadas a las personas. De esta manera se organizan las diferentes etapas de realización del programa como son la pre-producción, producción y post producción.
- En la pre-producción las ideas básicas y las propuestas son desarrolladas, como la creación de guión, contenido y presupuestos, donde las personas a cargo son el productor, director y guionista. En la producción, están involucrados la mayoría del personal con excepción del editor, donde se procederá a la grabación del programa. Y finalmente pero no menos importante la post-producción, en esta etapa se procede a la edición de las tomas, montaje del sonido, como efecto especiales y música, para dar el producto final que podrá salir al aire y de lo cual están encargados el productor, director, diseñador y editor.
- Para desarrollar un programa de videojuegos se necesita de un presupuesto para cubrir los diferentes gastos implicados como gastos iniciales, alquiler de equipos, logística, saldos y salarios.

- Entre los gastos están los asignados a alquiler de equipos y demás para el desarrollo del mismo como cámaras, luces, televisión, computadoras, consolas, estudio de grabación, micrófonos entre otros. Debido a que se contó con recurso propios se obtuvo un gasto de alquiler de \$185,00.
- Para definir los gastos de salario del proyecto, se consideró el cargo de cada persona, el valor ganado por día y el número de días a laborar. Para efectos de este programa piloto no se tomó el sueldo de los recursos humanos propios, como los realizadores del proyecto, dando un total de \$328,00.
- Los gastos de inversión inicial están determinados por los valores que se necesitan para poder iniciar con el proyecto como una oficina, una laptop e internet, donde al contar con algunos de ellos el valor es de \$65.
- Existe un gasto que se incluye del 15% de los gastos operativos para los imprevistos que existieran, siendo \$77.
- Sumados los gastos de inversión inicial, gastos de salarios, gastos de alquiler e imprevistos la inversión total del programa piloto es de \$655,50. Este valor será cubierto por medio de una autofinanciación de los realizadores del proyecto para efectuar todas las etapas de producción de este programa piloto.
- Dentro del proyecto también se colocaron valores referenciales en caso de no contar con recursos propios, ya que de esta manera se tiene un costo real de producción para un programa de esta índole. El valor referencial total es de \$6234,00.
- Se puede destacar que existe la posibilidad de transmitir por medio del canal Tropical TV. Que no tendría mayor costo debido a que se cuenta con algunos recursos propios para su producción y el costo a futuro, en caso de transmisión, puede estar cubierto con un acuerdo de coproducción. Además se encuentran puntos a favor de que el programa MAXTOP tenga buena acogida por los televidentes objetivos.

5.3 RECOMENDACIONES

Para la implementación del proyecto, se deberá tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

Acordar con el canal Tropical Tv sobre el sistema de coproducción, los porcentajes definidos claramente a ganar por la publicidad de cada parte, para su transmisión.

En la realización del proyecto, existieron ciertas dificultades con los equipos para la edición y post producción del programa; por lo que se recomienda conseguir a futuro equipos adecuados, que podrá recuperar su inversión con la ganancia de la publicidad, como: Computadoras Mac y cámaras de video profesionales. Esto en caso de que se prefiera, lógicamente, realizar una producción mucho más elaborada en términos técnicos.

Se recomienda presupuestar un estudio fijo de grabación para la realización del programa. Se puede utilizar la técnica del chroma key, que es básicamente la de sustituir un fondo plano por otro virtual. Existen dos tipos de colores para la pantalla, el azul y el verde. Eso quiere decir que si se instala una pantalla verde no pueden aparecer en la escena otros objetos verdes. Si se opta por armar una escenografía, se recomienda una buena iluminación, colores armónicos, decorados en base a videojuegos y el uso de un



BIBLIOGRAFÍA

televisor plasma para la proyección de los videojuegos en base a los contenidos del libreto o guión.

Se aconseja también, no tomar la misma estructura, ni guión de este proyecto, los cuales fueron incluidos como ejemplo y a manera de homenaje al programa InsertCoin de España que dejó de estar al aire en el 2012, por derechos de autor establecidos.

Por otra parte se sugiere que se tome en cuenta la elección de los presentadores, ya que éstos tienen que ser personas dinámicas y espontáneas, que se relacionen con los televidentes. También se recomienda considerar realizar más investigaciones acerca del comportamiento de los televidentes y de cómo es manejado el tema de los videojuegos en Babahoyo, con la posibilidad de abarcar estudios al resto de ciudades de cobertura de Tropical TV.

Finalmente, se quiere destacar que la propuesta planteada también busca contribuir de manera directa y espontánea sobre los videojuegos creados en nuestro país y motivar a las personas a valorar el trabajo y esfuerzo desarrollado por cada empresa de juegos, adquiriendo productos originales y no cayendo en la piratería. Así mismo inculcar costumbres de apoyo a la producción nacional.

BIBLIOGRAFÍA Y CITAS

- Blog, Funciones de la producción. Disponible en:
<http://productiontv.pbworks.com/w/page/18735957/Funciones%20de%20la%20producci%C3%B3n>
[Consulta: Septiembre 2012]
- Ecetia: Todo sobre Videojuegos. Disponible en:
<http://ecetia.com/>
[Consulta: Septiembre 2012]
- ALT140: Todo sobre Videojuegos. Disponible en:
<http://alt1040.com/>
- HobbyConsolas: Todo sobre consolas. Disponible en:
<http://www.hobbyconsolas.com/>
[Consulta: Octubre 2012]
- SECOFI, Manual Investigación de mercado, conceptos de target. Disponible en:
<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
[Consulta: Febrero 2012]
- Tendencias actuales de la escenografía en programas de televisión- Conceptos de escenografía. Disponible en pdf en:
<http://iiwikitv.wikispaces.com/file/view/Tendencias+de+la+escenograf%C3%ADa.pdf>
[Consulta: Octubre 2012]
- Blog Gamefilia, Programas de videojuegos en televisión y radio. Disponible en:
<http://blogs.gamefilia.com/el-naruto/27-08-2008/12018/programas-de-videojuegos-en-radio-y-television>
[Consulta: Octubre 2011]
- Blog de Consolas y Videojuegos. Disponible en:
<http://www.juegoconsolas.com/>
[Consulta: Noviembre 2011]
- Sitio Web de monografías, concepto de mercado. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
[Consulta: Febrero 2012]

- Formato de Entrevistas, Sitio web Buenas Tareas. Disponible en:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Formato-De-Entrevistas/1307300.html>
[Consulta: Septiembre 2013]
- Propuesta de un programa de Televisión. Conceptos. Disponible en:
<http://html.rincondelvago.com/propuesta-de-un-programa-de-television.html>
[Consulta: Octubre 2011]
- Sitio Web Slideshare. Planos y movimientos de Cámara. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/cugael/planos-y-movimientos-de-cmara>
[Consulta: Diciembre 2012]
- Scribd librería online, concepto de demografía. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/50066125/demografia>
[Consulta: Diciembre 2012]
- Hermilo González Ríos, concepto de producción. Disponible en:
[Monografías.com](http://www.monografias.com)
[Consulta: Febrero 2012]
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), Estadísticas de población. Disponible en:
www.inec.gov.ec
- Comercial de ProChile en Ecuador. Disponible en:
http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_11_19_12110508.pdf
- Lic. Andrea Rodríguez, desarrolladora del sitio web "ecuagamers". Entrevista vía mail.
- Diccionario de informática en la web "Alegsa". Disponible en:
www.alegsa.ar
- Sitio web Buenas Tareas, análisis de videojuegos y educación. Disponible en:
www.buenastareas.com
- Félix Etxeberria Balerdi-Universidad del País Vasco, Los videojuegos y la educación. Disponible en:
http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_02/n2_art_etxeberria.htm
- Concepto de Demografía, Josué Nájera. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/50066125/demografia>

- Concepto de coproducción, Secretaría de Producción Propia de CCOO-RTVE.
Disponible en pdf en:

http://extra.rtve.es/ccoo/documentos/2012/Estudio_def_produccionCCOORTVE.pdf

- Programa "InsertCoin" producido por GameTv. Se tomó Guión y Estructura del programa.
- Hermilo González Ríos recopilación en la web. Disponible en:

<http://www.monografias.com/trabajos53/movie-maker-multimedia/movie-maker-multimedia2.shtml>

- Documento de Producción de Televisión escrito por Ron Whittaker, Ph.D.



ANEXOS

ANEXO - STORYBOARD

Sec.	Plano	Imagen	Texto	Tiempo
1	Plano Medio		<p>PRESENTADORA:</p> <p><i>Hola amigos ¿Cómo están? Les damos una cordial bienvenida a éste su programa ¡MAXTOP!</i></p> <p><i>Donde podrán conocer las últimas novedades dentro del mundo de los videojuegos. ¡Noticias, estrenos, avances y mucho más!</i></p> <p>PRESENTADOR:</p> <p><i>¡Así es Sandra!</i></p> <p><i>Mucha atención, porque hoy tenemos un programa muy interesante con superhéroes, aventuras gráficas y alguna que otra polémica... suelten los controles unos minutos porque comienza ¡MAXTOP!</i></p>	30''
2	Plano Medio		<p>PRESENTADORA:</p> <p><i>La película del Capitán América nos pareció entretenida, pero siempre que llega un éxito de taquilla viene acompañado de un videojuego. Aunque existe una preocupación ¿Estará la versión interactiva a la altura del Súper héroe?</i></p>	20''
3	Plano Medio		<p>PRESENTADOR:</p> <p><i>Ahora veremos algunos de los videojuegos que están próximos a estrenarse</i></p>	12''

4	Plano Medio		<p>PRESENTADOR: (con un antifaz de Batman) (voz de suspenso) <i>Regresa el Caballero oscuro en una esperada secuela ...</i></p> <p>PRESENTADORA: (sonriendo) <i>...Así es Ricardo, Batman vuelve a la acción con un juego que consigue superar en muchos aspectos a su predecesor...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>Con más posibilidades, más grande y con un ritmo narrativo más cuidado, Batman: Arkham City se convierte en una aventura excelente que recrea a la perfección las hazañas del Caballero Oscuro de Ciudad Gótica...</i></p> <p>PRESENTADORA: <i>Veamos el tráiler ...</i></p>	30''
5	Plano Americano		<p>PRESENTADORA: <i>Bueno amigos, así llegamos al final de esta primera entrega de su programa MAXTOP...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>...Esperamos que les haya gustado y cualquier sugerencia pueden hacerlo a nuestro correo: maxtop@hotmail.com o puedes seguirnos también en Facebook y Twitter...</i></p> <p>PRESENTADORA: <i>No dejen de vernos la próxima semana, ni de jugar unas partidas en sus ratos libres...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>Nos vemos en siete días...</i></p> <p>PRESENTADORA: <i>Adiós...</i></p> <p>PRESENTADOR: <i>Hasta pronto...</i></p>	30''