

Manual de Co-Producción de un programa de televisión 100% Guayaco

Yanín Carolina Martínez González ⁽¹⁾, Christian Manuel Loma Iturralde ⁽²⁾,
Ing. Xavier Ceballos Vera, Profesor de la materia de Graduación ⁽³⁾
Escuela de Diseño y Comunicación Visual ^{(1) (2) (3)}
Escuela Superior Politécnica del Litoral ^{(1) (2) (3)}
Campus Las Peñas, Malecón y Loja ⁽³⁾
ycmartin@espol.edu.ec ⁽¹⁾, cmloma@espol.edu.ec ⁽²⁾, jceballos@ecuavisa.com⁽³⁾

Resumen

El presente proyecto es la suma de todos los pasos indispensables y necesarios para poder llevar a cabo un programa de televisión. Basándonos en la creación de un programa como ejemplo, describimos cada paso que se debe seguir desde la creación de la idea, un estudio minucioso del target, la selección de una línea gráfica funcional, la planificación y organización del proyecto, el presupuesto, y por supuesto un estudio de factibilidad y planes de venta del programa. Además se incluye un capítulo donde se muestra como implementar una Productora Audiovisual, con los diferentes costos a la actualidad, las necesidades técnicas, humanas y administrativas que se presentan, etc. Este manual es una guía completa para nuestros inicios en el campo audiovisual, sea con la creación de nuestra propia empresa, o con el deseo de iniciar nuestro propio proyecto audiovisual.

Palabras Claves: programa televisivo, audiovisual, target, línea gráfica, presupuesto, productora, factibilidad, ventas.

Abstract

This project is a summary of all the most important and necessary steps we need to know to start a television show basing ourselves on the creation of a real television show as an example. We described every step you need to follow since the creation of the idea, a really detailed study of the target, the selection of a functional graphic line, the project's complete planning and organization, budgets, and of course, a feasibility study and all the selling ideas of the show. Besides, we included a chapter where we show how to implement a production company, including all the actual prices, the technical, human and administrative needs, This manual is a complete guide to our beginnings on the audiovisual camp, starting with the creation of our own company, or with the desire of having a great first television show.

Key Words: television show, audiovisual, target, graphic line, budget, Production Company, Feasibility Study, Sales.

1. Introducción

Con el ánimo de brindar una propuesta diferente al momento de representar nuestro país y nuestra cultura, nace la idea de construir un producto audiovisual que nos muestre un poco sobre nuestra gente, los barrios populares, las costumbres que hay en estos y actividades que se realizan.

Este proyecto se centra en presentar lugares gastronómicos típicos que el público en general puede visitar, así daremos a conocer más de estos lugares y será nuestra puerta de entrada a las personas y los barrios que los rodean.

Aquí presentamos la forma, los pasos a seguir para llegar al producto final que será un programa audiovisual de emisión semanal, de género gastronómico cultural.

Conoceremos el proceso desde la creación de la idea hasta la implementación de un cronograma de trabajo, pasando por el presupuesto y las personas que intervienen en cada etapa de este proceso.

Sabremos reconocer si un proyecto es viable o no, si posee las características para salir adelante y destacar como producto ecuatoriano que muestre un lado diferente de nuestra tradicional y hermosa ciudad Guayaquil.

2. Generalidades

2.1. Planteamiento del problema

Existen muchos programas que nos enseñan a preparar alimentos y platos de diferentes tipos, si deseas un plato económico para toda la familia, o si tienes una reunión y deseas lucirte con un platillo tipo gourmet, etc.

También podemos encontrar programas de tipo turístico, o magazine, que nos muestran lugares donde podemos comer platos típicos o internacionales si es lo que buscamos.

Por último encontramos programas de tipo turísticos que nos muestran lugares o sectores de nuestra ciudad, que podemos visitar y así conocer un poco más la historia de nuestra ciudad.

100% Guayaco busca mezclar estos tipos de programas nombrados en los párrafos anteriores. Nace como una necesidad y un deseo de convertir la gastronomía guayaca en toda una experiencia novedosa, buscamos que las personas no frecuenten siempre los mismos lugares, que se arriesguen a probar cosas nuevas.

Queremos mostrar no solo los alimentos que se sirven en un lugar determinado, queremos que puedan ver su preparación, escuchar comentarios de las personas que frecuentan estos lugares, enseñarles un poco sobre los sectores en los que se encuentran y qué caracteriza a estos sectores.

3. Situación Actual

3.1. Plan estratégico

3.1.1. Misión

Promover nuestra cultura, mostrando lo realmente típico de nuestra ciudad, no sólo lo turístico, basándonos en los alimentos que creemos firmemente es uno de los puntos que más caracterizan a las diferentes culturas, ciudades, regiones, etc....

3.1.2. Visión

Ser una emisión audiovisual de tipo cultural y turístico que represente correctamente a su ciudad, demostrando al público ecuatoriano que Guayaquil es una ciudad con mucho que visitar, ver y "probar". Lograremos todo esto manejando un lenguaje sencillo, un conductor jovial y moviéndonos dentro de una línea gráfica tipo urbana.

3.2. Justificación

Existen muchos programas de tipo turístico, que buscan dar a conocer nuestro país, su flora, fauna, cultura e infraestructura sobresaliente.

Nosotros deseamos basar nuestra investigación en la comida, no enfocándonos en platos típicos, más bien llevando nuestra investigación hacia la parte social, la gente, el entorno que rodea un local de alimentos y qué lo hace famoso en un sector en particular.

Pensamos que el verdadero encanto de ciertos lugares de comida no está en los alimentos que este brinda, y puede que tampoco esté en los precios, pensamos que si un lugar es reconocido y asediado por muchas personas es porque las personas lo escogen, porque satisface sus necesidades, sean estas alimenticias, de comodidad, de costos, de ambiente.

4. Administración y Planificación del proyecto 100% Guayaco

4.1. Objetivos

Mostrar una propuesta diferente en cuanto a programas de tipo turísticos.

Mostrar lugares pequeños que sean típicos y muy asediados, de larga tradición, y que se ganen un espacio por ese valor agregado que la gente disfruta.

Deseamos que el espectador se sienta identificado con el conductor, un joven que va de aquí para allá visitando lugares que le han recomendado gente común como él, como todos.

Manejarnos dentro de una línea gráfica sencilla, que el espectador la reconozca y se identifique con ella.

4.2. Porqué

Se escogió un tema sobre los lugares populares de gastronomía guayaquileña con la finalidad de mostrar un lado cultural nuevo de nuestra sociedad.

Al hablar de estos lugares también conocidos como “huequitos”, también nos enfocaremos en la ubicación. Todos los locales, carretillas o kioscos pertenecerán a sectores populares donde también podremos destacar sus costumbres barriales y podremos hablar un poco del entorno social.

¿Quién no disfruta una buena comida?

La alimentación en los guayaquileños no se trata simplemente de salir a la calle y escoger el lugar más cercano para comer. La comunidad guayaquileña en la actualidad es más exigente, busca un lugar donde puedan probar sazones diferentes, donde sean atendidos con calidez, lugares que los reciban a cualquier hora, etc. Incluso en situaciones particulares, como quien busca un delicioso “encebollado” temprano en la mañana luego de una noche de diversión con los amigos. Nosotros en “Guayaco” estamos dispuestos a mostrarles estos lugares.

Además, el guayaquileño es una persona cálida, que disfruta de pasar momentos especiales en familia y con amigos. Nos gustaría llegar a atender esa parte emocional, queremos que al ver el programa el televidente rememore momentos en que haya visitado algún lugar similar con sus allegados, que traiga recuerdos a su mente.

Generando esta sensación podremos lograr que el televidente se conecte con nuestro programa en cada emisión que se realice.

4.3. La idea

100% Guayaco nació como una idea de crear un espacio turístico enfocado a diversos lugares gastronómicos que con el paso del tiempo han adquirido fama por su sazón, calidez y buen servicio.

Además, exploraremos los sectores donde se encuentran estos destacados lugares de comida, el entorno social y la gente que los rodea.

4.3.1. Conductores

Para 100% Guayaco, se escogió un solo conductor masculino, entre los 20 y 30 años, muy carismático y extrovertido, con un look urbano y una apariencia un poco descuidada, lo que evita que se lo vea muy superficial, queremos que el conductor sea un espectador más dentro del programa, que al verlo, las personas se identifiquen con él y con las situaciones por las cuales atraviese.

4.3.2. Rating

El Rating estimado para el programa 100% guayaco, luego de un estudio realizado con estadísticas

de rating de programas de tipo gastronómico, y otros de tipo turístico, es de 4 puntos.

4.3.3. Duración del programa

100% Guayaco será un programa de 1 día de emisión semanal, con una duración de 30 minutos, y con una temporada que conste de 12 capítulos.

4.3.4. Género y Contenido

En función del contenido emitido, un programa puede clasificarse en distintos géneros: educativo, entretenimiento, concursos, debates, entre otros.

El género de 100% Guayaco de acuerdo a su contenido es turístico (gastronómico) y de carácter social.

4.3.5. Target o Público Objetivo

Target es nada más y nada menos que nuestro público objetivo, al que apuntamos y dirigimos nuestro programa.

100% Guayaco fue pensado para personas de 20 años en adelante, amantes de comer fuera de casa y de probar cosas diferentes en ambientes diferentes.

Personas que gusten de salir en familia o con amigos.

Personas de un nivel social medio, medio-bajo, residentes en Guayaquil o que estén constantemente visitando Guayaquil, o que simplemente gusten conocer un poco más de esta parte cultural que presenta esta ciudad.

4.3.5. Horarios

Horario se refiere al momento del día en el que se mostrará el proyecto audiovisual.

Las franjas Horarias se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 1. Clasificación de las franjas Horarias

A	5H00 - 12H59
AA	13H00 - 18H59
AAA	19H00 - 22H59
LATE	23H00 - 04H59

El horario escogido para 100% Guayaco está dentro de la franja AA.

4.4. Estructura por bloques del programa

Estructurar por bloques quiere decir mostrar en una tabla como estará distribuida nuestra información de acuerdo a los bloques y cortes que habrá en el programa, esto determinará cuánto durará cada bloque y el contenido de cada uno de ellos.

Los bloques y cortes que habrán en un programa son determinados por la duración del mismo, normalmente los programas son de treinta minutos o de una hora, teniendo normalmente un tiempo de 22 a 23 minutos de contenido, más 8 o 7 minutos de comerciales para programas de media hora, y entre 42 y 43 minutos de contenido, más 15 a 18 minutos de comerciales para programas de una hora.

4.4. Estructura porcentual de los contenidos del programa

Distribuir porcentualmente un programa quiere decir dividirlo de acuerdo a la información que vamos a brindar, y ver la duración de cada segmento con respecto a los demás, para así medir el tiempo total del programa, y no excedernos o pasarnos.

100% Guayaco está distribuido de la siguiente manera:

Tabla 2. Estructura porcentual del contenido

Entrevista al Propietario	15%
Conversar con los clientes	13%
Visita a la cocina	22%
Reseña del barrio	27%
Información del sector	22%

4.5. Imagen corporativa

El Programa “100% GUAYACO” maneja como logotipo un fondo similar a un mantel, sobre este mantel un plato y unos cubiertos, dentro del plato está escrito el nombre del programa. El programa trata de enfatizar un poco la cultura guayaquileña, lo hace a través de establecimientos típicos de comida, por ello el logotipo está construido en base a esto, la gente conocerá con solo verlo que hablaremos de lugares gastronómicos de nuestra ciudad Guayaquil.



Imagen 1. Logotipo del programa 100% Guayaco

5. Organización de la producción

5.1. Etapas de la producción

5.1.1. Preproducción

Es la fase más importante del proceso de producción. Comprendido desde el momento en el que nació la idea hasta que empieza la grabación. El mayor esfuerzo productivo se realizó en esta fase, ya que aquí se trata de dar forma a la idea y de lograr que esta sea realizable.

5.1.2. Producción

Es necesario que la planificación en la etapa de preproducción (el guión técnico, las necesidades) sea lo más real y viable posible, ya que una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital.

Para esta etapa se requirió de los equipos previamente solicitados y contratados en la etapa de preproducción, un camarógrafo y una persona que haga las veces de asistente, conocedor de algo de sonido, equipos e iluminación.

5.1.3. Post- Producción

Etapa de edición, musicalización y efectos especiales. Esta etapa iniciará con el respectivo pietaje de cada cassette grabado, para facilitar la elección de la toma final. Se seleccionará la música a utilizar de acuerdo al ritmo que lleve el programa, y se añadirán los efectos especiales necesarios.

5.2 Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.



Imagen 2. Organigrama del Equipo de Producción

6. Presupuesto

En la parte del presupuesto de producción, no se trata de ser lo más ahorrativo, sacrificando estándares de calidad, se trata de ser lo más eficiente y productivo posible, y así lograr optimizar el tiempo y por ende, disminuir gastos.

6.1. Sobre la línea

Sobre la línea es donde se ubica todos los costos directos del programa, el dinero que requerimos para la producción y realización: Talentos (sueldos), guión, música, servicios de oficina, etc.

6.2. Bajo la línea

Bajo la línea son los recursos que muchas veces facilita el canal, como recursos técnicos, operativos, etc. Se divide principalmente en dos grupos: elementos físicos y personal técnico

6.3. Presupuesto de el programa 100% Guayaco

La temporada de 100% Guayaco constará de 12 capítulos, con una grabación de dos programas por semana.

La etapa de preproducción iniciará tres semanas antes de las grabaciones, el total de semanas de producción serán seis, y cada semana de grabación será editada simultáneamente pero será entregado el programa ya completo a la siguiente semana. Si contabilizamos esto nos dan 10 semanas de trabajo de producción para completar una temporada de 100% Guayaco.

Este cronograma es indispensable para desarrollar el presupuesto.

Se armó un presupuesto de trabajo en el cual se tomo en cuenta el cronograma y el personal y equipos que intervenían en cada faceta. Además se incluían todos los valores extras y de vital importancia, como los refrigerios, movilización, celulares, y todos los ítems necesarios.

El costo total del programa por capítulo es \$ 1.048,03, si queremos el costo total de la temporada, multiplicamos este valor por 12 capítulos que son el total y nos da un gran total de \$ 12.576,36.

7. Implementación de una productora

Para la implantación de una nueva productora hay tres factores que hay que tomar en cuenta:

- Los Recursos Humanos
- Los Recursos Técnicos
- Los Recursos Administrativos

7.1. Recursos Humanos

Estos pueden ser personal administrativo o personal técnico, dentro de la parte administrativa cuentan aquellos como la o el secretario, recepcionista, chofer, etc. En la parte técnica se incluye personas conectadas directamente con la producción, directores, productores, editores, etc.

7.2. Recursos Técnicos o Equipos

Se crea una lista con todos los equipos necesarios, en cada etapa, por ejemplo para la producción es necesaria una máquina PC, en la etapa de postproducción, son necesarios otros equipos como records, editora, etc.

7.3. Necesidad de espacio físico

7.3.1. Alquiler

Este rubro se refiere al concepto de alquiler de una oficina en la cual iniciará nuestra productora, que cuente con el espacio necesario para todos los equipos, personal y demás.

7.3.2. Gastos de servicios básicos

Los servicios básicos se refieren a la satisfacción de aquellas necesidades indispensables en la vida diaria:

Agua, luz, teléfono, Internet.

7.3.3. Muebles

Todos los inmuebles que serán necesarios para poder manejar la productora, para guardar correctamente los equipos y que estos estén seguros, para una mejor organización del espacio. Escritorios, sillas, cajoneras, lockers, etc.

7.4. Presupuesto mensual de gastos Administrativos

Debemos especificar los gastos generales para la implementación de la productora, teniendo como rubros los gastos de salarios, gastos de servicios, gastos de alquiler:

Tabla 3. Gastos administrativos mensuales

RUBROS	MENSUAL
Gastos Salariales	\$ 890
Gastos de Servicios Básicos	\$ 228
Gastos de Alquiler de oficina	\$160
TOTAL	\$ 1278

7.5. Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

Los equipos se deprecian a 5 años, en el caso de computadoras y software se deprecian a 3 años.

7.6. Cálculo costo/ hora de edición

Primero multiplicamos las horas de trabajo diario con los días que se trabaja en la semana, y luego se procede a multiplicar este resultado por la cantidad de semanas que tiene el año, así obtenemos el número de horas de trabajo anuales. Por ejemplo:

5 horas diarias por tres días a la semana es igual a 15 horas semanales, multiplicamos esto por 52 semanas del año nos da un total de 780 horas.

Tomamos el valor de la depreciación anual de nuestros equipos, suponiendo que ese valor fuese: 1172,01, lo dividimos con el número de horas de trabajo anuales, el total será \$ 1.51 por hora.

8. Estudio de Factibilidad económica del proyecto

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

Es la relación ingresos/costos, y es medida por la utilidad, si la utilidad es mayor, entonces nuestro proyecto es viable. Si la utilidad es menor, entonces el proyecto no es viable

El Rating es un factor muy importante en los ingresos, Existe un factor dentro del rating denominado CPR: Costo por punto de rating.

Tabla 4. Cuadro para cálculo de rating

RATING	> = 7	5, 6, 7	< 5
CPR	\$100	\$80	\$60
OCUPACIÓN DE ESPACIOS DE CUÑAS	80% - 100%	65% - 79%	50% - 64%

8.1. Cálculo de los Ingresos

Para calcular los ingresos de un programa nos basamos en la siguiente fórmula:

$$\text{CPR} * \text{Rating} * \text{Cuñas} * \text{Ocupación} = \text{INGRESOS}$$

8.2. Cálculo de la utilidad que deja un programa

La utilidad es igual a los ingresos menos los costos.

Los costos serán el total de mi presupuesto de producción más los costos administrativos por programa.

Para obtener los costos administrativos del programa, cogemos el valor de los gastos administrativos mensuales y lo multiplicamos por los meses de la producción total y esto lo dividimos para el número de capítulos a producir.

9. Aspiraciones comerciales de los productores y modelos de negocios para la venta

9.1. Vender la idea

Vender una idea, hacer que suene interesante e indispensable para el canal, es un reto muy difícil de conseguir, por ello pensamos que hay ciertos puntos que no pueden pasarse por alto:

Debemos crear una necesidad en el cliente, Cuando nosotros le planteamos al cliente qué puede obtener con este programa debe ser con una estrategia de ventas tan buena que logremos crear en el cliente una necesidad de tenerlo.

Debemos hablar al cliente sin tecnicismos, de forma que entienda rápidamente de que se trata el programa.

Debemos plantear al canal el precio del programa, de forma que este parezca una total inversión, que quede seguro que no irá a pérdidas.

9.2. Vender la idea + concepto+ coproducción

Coproducción quiere decir, como su nombre mismo lo indica, una producción en común, es cuando tanto nosotros que tenemos la idea y el canal que tiene los equipos ponemos algo.

Tabla 5. Modelo de coproducción

YO	CANAL
Idea – Concepto - Desarrollo	Producción
Presentador-Imagen	Equipos
Dirección	

El Canal puede darle un valor agregado al programa, puede poner por ejemplo un presentador reconocido, o tal vez alguna modelo que ayude a hacer el programa más agradable.

Dependiendo del acuerdo al que se llegue, se pasa a presupuestar los gastos de cada uno para así poder llegar a un acuerdo de porcentaje de los ingresos.

El programa no es muy costoso, el porcentaje mínimo a proyectarse para trabajarlo en coproducción será del 50%.

9.3. Vender el programa ya terminado (derechos)

Si tenemos la capacidad producir por nosotros solos el programa, entonces esta también es una opción de negocios para nosotros, donde iniciamos y terminamos en su totalidad el programa y cobramos por el producto completo, listo para reproducirse.

10. Conclusiones y recomendaciones

Este proyecto es una recopilación de todo lo necesario para involucrarse en el mundo audiovisual, y todo está manejado desde la perspectiva de la práctica misma, con la creación de un programa completo que nos sirve de ejemplo a lo largo de todo el manual. Además, mostramos como iniciar una productora audiovisual, tanto la parte técnica como la parte administrativa y los cálculos necesarios para poder cumplir con un presupuesto y ganar un margen de utilidad satisfactorio. Conocimos como vender un programa de acuerdo a nuestras capacidades y aspiraciones tanto creativas como comerciales.

10.1. Conclusiones.

- Iniciar un programa de televisión, requiere de mucho esfuerzo, pero con orden y disciplina podemos llevarlo a cabo, siempre tomando en cuenta el cronograma, apegándonos al presupuesto y teniendo el deseo de crear un producto que llegue e impacte a muchos.
- Mediante el Estudio financiero hemos determinado que el presupuesto necesario para producir el programa 100% Guayaco es de 1.048,03.
- La mejor opción para venta del programa 100% Guayaco sería vender el producto ya terminado, ya que este programa es de bajos costos y maneja una producción sencilla, muy aparte de la gran diversidad de temas que se pueden tocar semana a semana.

10.2. Recomendaciones.

- Se recomienda invertir recursos en las investigaciones de mercado, con la finalidad de obtener información detallada y precisa sobre la situación de nuestro target potencial.
- Se recomienda formar un equipo sólido de trabajo, un grupo constante que sepa trabajar en equipo y

que posea la disponibilidad de tiempo que un programa audiovisual requiere.

- En el presupuesto que estamos armando previo al desarrollo del programa, siempre debemos ubicar los valores apuntando a los más altos, más vale que exista un sobrante de efectivo, a tener que detener toda una producción por falta de dinero.

11. Agradecimientos

Deseamos agradecer primeramente a nuestro Padre Celestial, ya que sin su cuidado no podríamos haber llegado a esta meta. Le agradecemos a Él por nuestras familias, que son sinónimos de apoyo incondicional, de amor y de corrección.

Agradecemos a cada persona que intervino en este proyecto: Al Ing. Xavier Ceballos, director de tesis, por impartir sus conocimientos, y contarnos sus experiencias.

Muchas gracias a aquellos que fueron parte del proceso de producción del programa, a "Pato" nuestro presentador, y a Nelly y Jean Carlos, fieles colaboradores.

Y finalmente gracias a nuestros compañeros de tesis, amigos, todos y cada uno de ustedes hicieron posible este proyecto.

11. Referencias

[1] Información tomada del estudio de ratings de Ecuavisa.

[2] <http://www.google.com/>

Ing. Xavier Ceballos
Director de tesis