PROYECTO DE CREACION DE UN COMERCIAL DE TELEVISION CON TECNOLOGIA SIN VIDEO EN 2D Y 3D

Bolívar Guzmán Rugel[1], Agustín Ortíz Costa[2], Omar Maluk Salem[3]

[1]Egresado de la carrera Economía en Gestión Empresarial especialización Finanzas 2005

[2]Egresado de la carrera Economía en Gestión Empresarial especialización Marketing 2005

[3] Director de Tesis. Ingeniero. Phd. en Economía

RESUMEN

El incremento de inversión extranjera y nacional que se viene desarrollando en la última década junto al desarrollo de la globalización ha ocasionado que las empresas desarrollen mejores estrategias publicitarias y de mercadeo para la manutención y captación de nuevos clientes además de iniciar o reforzar el posicionamiento de sus empresas, marcas y negocios.

Estos elementos han desarrollado un nuevo tipo de negocio en esta última década que es la producción y post-producción de comerciales para televisión con fines publicitarios y de entretenimiento, creando una nueva cultura publicitaria en nuestros mercados.

Pero observamos con gran preocupación los altos costos de la post-producción en nuestro país, la misma que se torna no competitiva en nuestro mercado andino debido a la dolarización de nuestra economía y costos.

El desarrollo de éste proyecto va dirigido a diseñar y producir comerciales de televisión aplicando tecnología en 2D y 3D.

The increase of investment of other countries even of our own country that is giving in this last decade with the development of the globalization are making that the enterprises create better publicitary and marketing strategies for the mantention and capacitation of new clients also of initiate and reform the position of the enterprises, brands and buisness..

This elements have been development a new type of buisness in this last decade that is the production and post- production of tv commercials with the purpose of entertain and publicities creating a new publicitary culture in our markets.

But we observe with worry the high costs of post production in our country , the same that it turns non competitive in our market for our andine economy for the result of the dolarization in our economy and cost.

The development of this proyect is to designe and produce tv commercials applying 2d and 3d Thecnology.

INTRODUCCIÓN

Hace unos años se podía argumentar que no cualquiera podía hacer un comercial de televisión, ahora gracias a los nuevos equipos digitales es más accesible.

En la creación audiovisual participan una serie de especialistas (camarógrafos, guionistas, musicalizadores, sonidistas, iluminadores, etc.). Todo éste equipo humano realiza las funciones respectivas para el desarrollo de un Comercial de Televisión.

El producto sujeto a estudio y análisis contempla técnicas accesibles al conocimiento de profesionales en el arte del diseño gráfico digital en el mercado ecuatoriano, este producto es su gran mayoría utiliza herramientas de 2D, como fotografías digitales o digitalizadas de personas realizando varias actividades comunes que mediante un sistema de animación secuencial otorgan movilidad y vistosidad. A esto se unen fondos de pantalla que bien pueden ser locaciones verdaderas como la fotografía digitalizada de una playa o a su vez la creación digital de una playa construida 100% en un computador o un simple y atractivo fondo con movimiento, a esto se une la tecnología 3D. Esta herramienta logra visualizar piezas publicitarias que estén en el comercial con una idea de profundidad y extrema vistosidad. Con esta última herramienta hemos visto como Hollywood ha desarrollado grandes historias que han sido llevadas a la pantalla grande, como un rápido y claro ejemplo podemos citar a las películas SHREK I y II de la compañía UNIVERSAL, cinta desarrollada en su totalidad por herramientas 3D, este ejemplo nos puede dar a entender todo lo que se puede lograr con estas tecnologías citadas. Desde la ausencia de personas y locaciones reales, hasta las comunicaciones institucionales de una empresa seria.

Estas herramientas permiten darle vida a un rollo fotográfico como lo hemos visto con Kodak o a su vez otorgar personalidad y vistosidad a un guachito de la lotería de Guayaquil, o a su vez una simple comunicación vistosa y ágil como la utilizó BANCO DEL PICHINCHA para comunicar a sus clientes las agencias que van a atender en un feriado determinado.

Con estos ejemplos citados esperamos haber descrito el producto sujeto a estudio en el presente documento.

.

CONTENIDO

Los comerciales 2D y 3D tienen como característica principal la de la ausencia de seres humanos en movimiento real otorgado por una filmación; lo que encontraremos en reemplazo de esto es una gran cantidad de fotografías de personas en diferentes actividades que utilizando un sistema de programación secuencial otorga movimiento a la imagen.
Encontramos como otra de sus características la existencia de elementos en 3D diseñados digitalmente como un logo institucional dando vueltas o con vida propia, una mascota o cualquier elemento que fácilmente se le puede dar una personalidad y vida propia en el comercial

En la época actual se conocen prácticamente por completo los elementos constituyentes de la visión tridimensional (en 3D) y la presentación en 2D. Libros, revistas, pinturas, páginas web, películas, televisión, fotografías, etcétera emplean formatos planos con los que en muchos casos pretendemos representar el mundo tridimensional en el que nos movemos.

Lo que el proyecto intenta demostrar es la rentabilidad que resulta la produccion de comerciales en 2d y 3d con sistemas de animacion ANIME lo cual abarata los costos de los comerciales tradicionales dando cabida a nuevos mercados y a nuevas maneras de crear publicidad..

CONCLUSIONES

- Concluimos que el proyecto es viable desde el punto de vista de los procesos de producción por 2 razones en específico:
    - Debido al personal calificado que se puede contratar en nuestro país.
    - A los razonables costos de los equipos de producción tales como softwares y hardwares.

- Concluimos que el mercado ofrece claras oportunidades y lo recordamos en los siguientes puntos:
    - Clara demanda del servicio.
    - Concentración de los clientes por medio de sus intermediarios las agencias de publicidad.

- Se encontró una posible demanda insatisfecha que está migrando a productoras internacionales debido a:
  - Calidad.
  - Costos.

- Concluimos que desde el punto de vista financiero el proyecto es viable:
  - Debido a la razonable inversión que se necesita.
  - A el accesible nivel de ventas que se necesita para lograr interesantes resultados.

- Junto a esto el análisis de sensibilidad nos demuestra que en el escenario negativo se sigue manteniendo una respetable tasa interna de retorno.

El estudio recomienda tener bien en claro las variables criticas del análisis financiero que son: nivel de ventas y costes de personal ya que puede dar giros totales al ejemplo financiero. Es importante saber que el sistema de comercialización (ventas) debe de ser un factor primordial por lo que lo debe de manejar directamente el gerente general ya que es la base del éxito a corto y mediano plazo del proyecto, junto a esta recomendación se debe de ofrecer óptimos niveles de calidad en el producto final ya que esta es la clave del proyecto al largo plazo.

BIBLIOGRAFIA

a) Introduccion a la Contabilidad Administrativa, Prentice Hall 10 ma. Edicion , 1998

b) Tres Décadas de la Publicidad en el Ecuador, Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad ;2002

c) Administración financiera corporativa, Scout Besley, Eugene Brigham; 2001

d) Practical marketing research, POPE ; 2002

e) Advance technology in 2d and 3d; Sofware smart publications; 2003

Guayaquil, 6 de Abril del 2004

Sr. Ing.
OMAR MALUK SALEM
Director del ICHE-ESPOL
En su despacho.-

De mis consideraciones:

Yo PAOLA TRONCOZO HASING, con número de matrícula 199508698 solicito a usted se me confiera una fecha para la sustentación del Proyecto de Grado previa la obtención del título de Economía con Mención en Gestión Empresarial y especialización Finanzas bajo el tema "PROYECTO DE EXPLOTACIÓN SUSTENTABLE DE BOSQUE TROPICAL DE MADERA BLANCA DE ESPECIE NATIVA SANDE" el cual está listo para su sustentación.

Por la atención que preste a la presente quedo de antemano agradecida.

Atentamente,

PAOLA TRONCOZO HASING
Matrícula # 199508698